



Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого»

Кафедра «Маркетинг»

**Р. А. Лизакова**

# **ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**КУРС ЛЕКЦИЙ  
по одноименной дисциплине  
для студентов экономических специальностей  
заочной формы обучения**

Электронный аналог печатного издания

Гомель 2009

УДК 339.9(075.8)  
ББК 65.298.2я73  
Л55

*Рекомендовано к изданию научно-методическим советом  
гуманитарно-экономического факультета ГГТУ им. П. О. Сухого  
(протокол № 10 от 25.06.2007 г.)*

Рецензент: декан ГЭФ ГГТУ им. П. О. Сухого канд. экон. наук *Р. И. Громыко*

**Лизакова, Р. А.**  
Л55 Внешнеэкономическая деятельность : курс лекций по одной дисциплине для студентов эконом. специальностей заоч. формы обучения / Р. А. Лизакова. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2009. – 145 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://lib.gstu.local>. – Загл. с титул. экрана.

ISBN 978-985-420-849-7.

Данный курс лекций содержит информацию об основных понятиях, связанных с внешнеэкономической деятельностью. Раскрыты основные направления данной деятельности, дана характеристика наиболее распространенных видов международных сделок и договоров, освещена организация управления внешнеэкономической деятельностью на разных уровнях.

Рекомендуется в качестве дополнительного материала при изучении курса.

Для студентов экономических специальностей заочной формы обучения.

**УДК 339.9(075.8)  
ББК 65.298.2я73**

ISBN 978-985-420-849-7

© Лизакова Р. А., 2009  
© Учреждение образования «Гомельский  
государственный технический университет  
имени П. О. Сухого», 2009

## Оглавление

Оглавление .....	3
Тема 1. Республика Беларусь в системе мирохозяйственных связей ...	6
1.1. Система мирохозяйственных связей и современные тенденции ее развития .....	6
1.2. Место Республики Беларусь в международном разделении труда .....	8
1.3. Тенденции развития товарной и географической структуры внешней торговли Республики Беларусь .....	12
1.4. Внешнеторговая политика Республики Беларусь .....	15
1.5. Иностранные инвестиции в Республике Беларусь .....	18
1.6. Основные направления внешнеэкономической деятельности, определенные национальной программой развития Республики Беларусь 2006–2010 гг. ....	21
Тема 2. Участники внешнеэкономической деятельности .....	24
2.1. Классификация фирм, действующих на мировом рынке .....	24
2.2. Факторы, влияющие на выбор партнера на зарубежном рынке .....	27
2.3. Процесс организации работы по изучению контрагента .....	28
2.4. Структура и содержание карты фирмы .....	30
2.5. Организация коммерческих предложений .....	34
Тема 3. Понятие и виды международных коммерческих операций ...	36
3.1. Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров .....	36
3.2. Понятие «международная коммерческая операция» .....	37
3.3. Основные коммерческие операции .....	39
3.4. Виды международных встречных сделок .....	41
Тема 4. Внешнеторговые операции купли-продажи товаров .....	46
4.1. Форма внешнеторгового контракта купли-продажи товаров ...	46
4.2. Виды контрактов международной купли-продажи .....	49
4.3. Структура контракта международной купли-продажи товаров и его содержание .....	50
4.4. Толкование базисных условий поставки в «Инкотермс» .....	57
4.5. Правовые основы международной контрактной политики .....	59
Тема 5. Способы обеспечения исполнения обязательств внешнеторговых сделок .....	60
5.1. Понятие способов обеспечения исполнения обязательств .....	60
5.2. Неустойка. Залог .....	61

5.3. Понятие поручительства .....	63
5.4. Страхование риска непогашения кредита .....	65
5.5. Виды уступок права требования .....	66
5.6. Резервирование права собственности .....	67
Тема 6. Международные операции купли-продажи услуг .....	68
6.1. Услуги на мировом рынке .....	68
6.2. Международный инжиниринг .....	71
6.3. Международные арендные операции .....	73
6.4. Международный факторинг .....	76
Тема 7. Международные операции купли-продажи научно-технической продукции .....	79
7.1. Сущность международного лицензирования .....	79
7.2. Отличия купли-продажи лицензий от купли-продажи товаров .....	81
7.3. Лицензионные операции. Виды лицензий .....	82
7.4. Методы определения и формы лицензионного вознаграждения .....	84
7.5. Понятие «ноу-хау» и его отличительные особенности .....	87
Тема 8. Франчайзинг как метод развития международного бизнеса .....	89
8.1. Сущность и содержание понятия «франчайзинг» .....	89
8.2. Виды международного франчайзинга .....	90
8.3. Основные условия договора франчайзинга .....	91
8.4. Преимущества и недостатки франчайзинга .....	96
Тема 9. Международные торгово-посреднические операции .....	98
9.1. Понятие и виды торгово-посреднических операций .....	98
9.2. Выбор посредника .....	101
9.3. Виды международных торговых посредников .....	102
9.4. Договоры с внешнеторговыми посредниками .....	106
Тема 10. Валютные отношения предприятия с зарубежными партнерами .....	110
10.1. Валюта: ее сущность и классификация .....	110
10.2. Валютный курс и влияющие на него факторы .....	113
10.3. Валютные режимы и их классификация .....	115
10.4. Валютные условия контракта .....	118
Тема 11. Организация и техника проведения операций состязательного типа .....	122
11.1. Организация биржевой торговли .....	122
11.2. Организация мировых торгов .....	126

11.3. Организация аукционной торговли.....	129
Тема 12. Управление и организация внешнеэкономической деятельностью .....	134
12.1. Понятие и виды международных организаций.....	134
12.2. Управление внешнеэкономической деятельностью в Республике Беларусь.....	137
12.3. Административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности .....	139
12.4. Экономические методы регулирования внешнеэкономической деятельности .....	140
Литература .....	143

# ТЕМА 1. РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ В СИСТЕМЕ МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

## 1.1. Система мирохозяйственных связей и современные тенденции ее развития

Современные мирохозяйственные связи характеризуются одним явлением, которое затрагивает общепланетарные процессы в экономике, идеологии, экологии и социальной сфере – это глобализация. Глобализация является ключевым понятием современного развития мира. Сущность процесса глобализации проявляется в единстве общих производственно-экономических проблем и постоянно возрастающей взаимной социально-экономической зависимости государств мира с возникновением и расширением зон общих интересов [7, с. 7].

Разнообразные процессы, происходящие в экономике, обществе и природе, оказываются все больше взаимосвязанными. Это означает, что любые изменения одного из процессов непременно скажутся на всех остальных. В силу этого глобальные процессы протекают не независимо друг от друга, а образуют сложный комплекс, связанный причинно-следственными закономерностями.

Кроме того, процессы глобализации оказались способными к саморегулированию. Суть саморегуляции в мировом экономическом пространстве состоит в том, что в ответ на воздействие внешних факторов, пытающихся вывести мегаэкономику из равновесия, она, представляя собой совокупность экономических процессов в их мировой взаимосвязи и взаимозависимости, вырабатывает компенсаторские реакции, направленные на смягчение и уравнивание дестабилизирующего фактора. Если экономика какой-то из стран не обнаружит саморегулирующих механизмов и правительство также окажется не в состоянии обуздать рост цен, то это может привести к краху экономической системы.

Глобальные процессы постепенно создали общепланетарные контуры обратной связи. И именно этот факт позволяет ученым констатировать появление новой экономической сущности – мегаэкономики как единой планетарной экономической системы, способной к саморегулированию на основе механизмов обратной связи.

В экономической теории сложились два подхода к классификации факторов глобализации [7].

*Первый подход* опирается на небольшое количество факторов, каждый из которых оказывает огромное влияние на глобализацию:

1) переход больших открытых экономик к информационному технологическому укладу и информационному обществу;

2) выделение в самостоятельный и не зависящий от национальных государств транснациональный капитал;

3) возникновение принципиально новых технологий – информационных, компьютерных, сетевых, обусловивших не только сам процесс глобализации, но и его дальнейшее расширение.

Второй подход к классификации факторов глобализации подразделяет глобализирующие процессы на ряд групп.

1. Производственные, научно-технические и технологические. Для них характерны:

- резкий рост масштабов производства;
- переход к новому способу производства – к наукоемкими технологиям;

- сокращение, благодаря передовым технологиям транспортных, телекоммуникационных издержек, снижение затрат на обработку, хранение и использование информации, что облегчает глобальную интеграцию национальных рынков.

1. Организационные, которые предполагают международные формы осуществления производственно-хозяйственной деятельности (ТНК); выход неправительственных организаций на межнациональный и мировой уровень.

2. Экономические, основывающиеся на:

- либерализации торговли товарами и услугами, рынка капитала;
- концентрации и централизации капитала, сокращении времени транзакций;

- унификации требований к налоговой, региональной, аграрной, антимонопольной политике и пр.;

- усилении тенденций к унификации и стандартизации. Внедрение единых стандартов на технологию, экономическую, финансовую отчетность.

3. Информационные, предполагающие радикальные изменения средств делового общения, обмена производственной, научно-технической и финансовой информацией.

4. Политические, включающие:

- усиление прозрачности государственных границ, повысившее свободу передвижения рабочей силы, товаров и капиталов;

- тенденции к урегулированию разногласий между Западом и Востоком.

5. Социальные и культурные, к которым относятся:

- ослабление привычек и традиций, социальных связей и обычаев, что повышает мобильность людей;
- возникновение и развитие единомыслия в оценке рыночной экономики и системы свободной торговли;
- проявление тенденций к формированию глобальных СМИ, международного искусства.

На базе глобализации и стандартизации потребления новое качество приобретают международные рынки товаров и услуг. Большинство открытых экономик уже являются участниками ВТО (Всемирной торговой организации), т. е. они согласились на либерализацию своих рынков и признали общие правила торговли.

Следует отметить, что тенденции глобализации создали и свои проблемы [7, с. 15]:

- проблемы войны и мира, которые крайне опасны в силу наличия термоядерного оружия;
- проблемы отторжения и единения с природой, ставящие под вопрос продолжительность жизни человечества на Земле;
- проблемы бедности и богатства, ведущие к деградации определенной части человечества и опасному противостоянию социальных групп.

Вышеуказанные проблемы касаются не только отдельных стран, как всего региона.

## **1.2. Место Республики Беларусь в международном разделении труда**

На процесс включения республики в систему мирохозяйственных связей воздействуют внутренние факторы, связанные с условиями развития национальной экономики и экономического взаимодействия с внешним миром, а также внешние, определяющие условия осуществления экономической деятельности страны в МРТ.

На протяжении многих десятилетий место Республики Беларусь в международном разделении труда было обусловлено спецификой сложившейся структуры национальной экономики, которая сформировалась в период существования СССР, когда экономика была закрытой системой, что сопровождалось технологической отсталостью промышленного комплекса, отсутствием конкуренции, ориентацией на потребности внутреннего рынка, производством в основном конкурентоспособной на мировых рынках продукции, в этих условиях



специализация Беларуси была определена с учетом ее географического положения и ориентирована на длительную интеграцию хозяйства республики в единый народнохозяйственный комплекс, на производство и вывоз готовой продукции.

В настоящее время в условиях формирования рыночной модели хозяйствования активное участие Республики Беларусь в МРТ стимулируется рядом *внутренних факторов*, основные среди которых следующие:

1. Природно-географические различия, с которыми связано несколько обстоятельств.

2. Уровень технико-экономического развития страны, свидетельствующий о степени индустриализации, освоении технологически сложного производства, возможностях развития за счет внутреннего рынка.

3. Научно-технический прогресс, позволяющий расширить товарную номенклатуру, разделить технологический процесс между производителями различных стран, диверсифицировать производство, ускорить процесс реализации товаров.

4. Открытость национальной экономики и степень либерализации внешней торговли и финансовых рынков.

5. Разработанность законодательства, регулирующего внешнеэкономическую деятельность и сопоставимого с нормами хозяйственного права в развитых государствах.

6. Развитость институциональной системы финансирования экспорта товаров.

7. Многовекторность внешнеэкономических связей.

Внешние факторы, влияющие на процесс интеграции республики в систему мирохозяйственных связей, разнообразны. Среди них основными являются следующие:

1. Ограниченность ресурсов для удовлетворения потребностей в мировом масштабе. Республика не обеспечена всеми необходимыми природными ресурсами, но обладает высококвалифицированными трудовыми ресурсами с относительно низкой стоимостью.

2. Наличие устойчивых производственно-кооперационных связей с зарубежными партнерами.

3. Развитие международной региональной экономической интеграции, углубляющей специализацию и кооперирование производства между странами и проявляющейся в тесной производственной и торговой взаимосвязи Беларуси и России.

4. Условия торговли, в том числе использование тарифных и нетарифных методов протекционистской политики, проводимой в отношении белорусских товаров.

5. Изменение курсов валют, используемых во внешнем обороте страны (доллар США, евро, российский рубль). Колебания процентной ставки.

6. Инвестиционная активность стран – торговых партнеров.

7. Динамика доходов домашних хозяйств стран – торговых партнеров, предъявляющих спрос на белорусские товары потребительского назначения.

8. Колебание цен на сырьевых рынках.

9. Вовлеченность в мировой финансовый рынок, требования, предъявляемые рынками международного кредита и ценных бумаг к состоянию республиканских финансового и фондового рынков.

10. Условия, предъявленные международными экономическими (финансовыми, торговыми и др.) организациями.

11. Процессы глобализации.

Вхождение Республики Беларусь в МРТ происходит в соответствии с общими мировыми тенденциями его развития. Это подтверждается формированием международной специализации экономики страны по следующим направлениям:

- специализация на производстве наиболее сложной в технологическом отношении продукции, основанной на использовании таких ограниченных ресурсов, как научно-технический задел и высококвалифицированная рабочая сила;

- постепенная оптимизация национальной хозяйственной структуры, что находит выражение как в функционировании крупных производственных гигантов, так и формировании мелких и средних по размерам предприятий;

- переход от предметной (межотраслевой) к поддетальной (внутриотраслевой) специализации и углубление ее в виде международного разделения производственного процесса, развития поддетальной и пооперационной специализации, что сопровождается дифференциацией продуктов, появлением новых подотраслей, превращением национальных предприятий в звенья общей глобальной организации производства определенных товаров, развитием внутриотраслевой торговли;

- преобладание в отраслевой структуре национальной экономики обрабатывающих отраслей (химическая, машиностроительная, нефтеперерабатывающая, деревообрабатывающая), развитие которых вызывает потребность в углублении специализации, расширении

межгосударственных связей. Например, удельный вес машиностроения и металлообработки составляет 25,7 % общего объема продукции промышленности; удельный вес машин, оборудования и транспортных средств – около 30 % в общем объеме экспорта;

- участие в международном производственном кооперировании с государствами, имеющими сходные производственные структуры, посредством формирования технологических производственных цепочек, находящихся в разных странах, и развития внешнеэкономических связей с государствами-партнерами по встречному обмену деталями, узлами, компонентами, готовой продукцией, в том числе одной номенклатуры;

- развитие процесса транснационализации в производственной и банковской сферах, что также способствует развитию международной внутрифирменной торговли, инвестиционной деятельности, внедрению новейших производственных и управленческих технологий. Интернационализация производства развивается главным образом посредством вертикальной интеграции среди отраслей нефтепереработки, химической, металлургической и др.;

- повышение значимости национального научно-технического потенциала при формировании экономического профиля страны, что находит выражение в создании инновационной модели развития, росте сферы образования, науки, наукоемких отраслей, информационного сектора, международного научно-технического сотрудничества;

- усиление специализации на разработке и передаче научно-технических знаний, технологий в виде развития торговли наукоемкой продукцией, лицензионной торговли, инжиниринга и др.;

- постепенное повышение роли услуг и их экспорта;

- совершенствование инфраструктуры, в том числе образующей составную часть международной транспортной инфраструктуры, что находит выражение в создании новых поколений автомобильного, железнодорожного транспорта, международных трубопроводов, расширении перевозок между странами;

- развитие информационной индустрии посредством использования новейших средств телекоммуникаций (космическая спутниковая связь, компьютеры с доступом в Интернет и др.), удешевление электронной техники, расширение компьютерных сетей и потоков информации, что способствует совершенствованию организации международного перемещения финансовых ресурсов, торговли; кооперированию, согласованию экономической политики государств.

Обобщающим показателем участия Беларуси в МРТ является объем ВВП республики, отражающий удельный вес и место ее в об-

щем производстве стран мирового сообщества. Объем ВВП Республики Беларусь растет. В 2005 г. он составил 63,7 трлн руб.

Для определения степени вовлечения ресурсов республики определяются следующие показатели: экспортная квота, импортная квота, внешнеторговая квота. В республике экспортная квота составляла в 2004 г. 60 %. Импортная квота в Республике Беларусь составила в 2004 г. 65 % [12, с. 21].

Экономика Республики Беларусь, составляя в мировом сообществе 0,15 % – по территории и 0,18 % – по численности населения, производит 14 % мирового производства калийных удобрений, 8 % – тракторов, 1,3 % – холодильников, 0,6 % – химических волокон и нитей и др. На территории СНГ республика производит 53 % химических нитей и волокон, 48 % тракторов, 31 % холодильников, 30 % трикотажных изделий, 1/4 телевизоров, обуви и минеральных удобрений. Беларусь экспортирует 90–95 % произведенных тракторов и автомобилей, 70–75 % металлорежущих станков, 70–80 % холодильников и морозильников, 50 % телевизоров и различных товаров легкой промышленности, 80–85 % калийных удобрений, 60–80 % химических волокон и нитей [124, с. 21–22].

### **1.3. Тенденции развития товарной и географической структуры внешней торговли Республики Беларусь**

Развитие внешней торговли Республики Беларусь свидетельствует о постоянно растущем объеме внешнеторгового оборота и об уменьшении относительного значения отрицательного сальдо товарооборота. В таблице 1.1 представлен объем внешней торговли Республики Беларусь.

*Таблица 1.1*

**Объем внешней торговли Республики Беларусь, 1995–2006 гг., млн дол. [8]**

<b>Показатель</b>	<b>1995</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Объем внешней торговли товарами Республики Беларусь, всего	10366,8	15737,0	17113,2	21503,6	30265	32676	42085	53013
В том числе:								
экспорт товаров	4803,2	7450,6	8020,9	9945,6	13774	15977	19734	24339
импорт товаров	5563,6	8286,4	9092,3	11558,0	16491	16699	22351	28674
сальдо	-760,4	-835,8	-1071,4	-1612,4	-2717	-722	-2617	-4335

Окончание табл. 1.1

Показатель	1995	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Со странами СНГ:	6703,6	10290,5	10679,7	13483,4	19201	18176	23121	30228
экспорт товаров	3026,8	4493,7	4384,4	5434,6	7318	7058	8609	11231
импорт товаров	3676,8	5796,8	6295,3	8048,8	11883	11118	14512	18997
сальдо	-650	-1303,1	-1755	-2554	-4565	-4060	-5903	-7766
Со странами вне СНГ:	3663,2	5446,5	6433,5	8020,2	11063	14500	18964	22785
экспорт товаров	1776,4	2956,9	3636,5	4511,0	6456	8919	11125	13108
импорт товаров	1886,8	2489,6	2797,0	3509,2	4607	5581	7839	9677
сальдо	-110,4	467,3	839,5	1001,8	1849	3338	3286	3431

Наибольшее влияние на характер внешней торговли оказывают такие факторы, как уровень экономического развития торгующих стран и расстояние между ними. В соответствии с ними выделяется несколько групп государств, с которыми развиваются торговые отношения. Среди них: Россия; страны СНГ (Азербайджан, Армения, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Республика Молдова, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан, Украина); страны Центральной и Восточной Европы; государства Западной Европы; развитые государства Америки и Азии; страны с развивающимися рынками (например, Бразилия, Китай, Индия); страны третьего мира (Африка, Азия).

В 2006 г. республика осуществляла внешнеторговые операции со 156 странами мира. Товары поставлялись на рынки 142 государств, импортировалась продукция из 135 стран. Основными торговыми партнерами Республики Беларусь являются: Россия, страны ЕС, среди которых лидируют Германия, Великобритания, Польша (Россия – 57,9 % от всего объема товарооборота, Великобритания – 5 %, Германия – 4,9 %, Польша – 4,1 %, Украина – 3,5 %, Нидерланды – 2,9 %, Литва – 1,8 %, Латвия и Италия – по 1,6 %, Китай – 1,5 %).

Товарная структура внешней торговли стабильна и характеризуется высоким удельным весом минеральных продуктов в структуре импорта, преобладанием в структуре экспорта готовой продукции (машины, оборудование, продукция химической промышленности), увеличением экспорта услуг.

Номенклатура экспортной продукции составляет свыше 1000 наименований. В экспорте наибольший удельный вес занимают минеральные продукты (35,4 %), нефть и нефтепродукты (19,5 %), машины и оборудование, транспортные средства (240,3 %); в импорте –

минеральные продукты (26,3 %), машины и оборудование, транспортные средства (22,9 %).

К числу важнейших экспортных товаров относятся грузовые автомобили, тракторы, калийные удобрения, нефтепродукты, холодильники и морозильники, телевизоры, шины, химические волокна и нити.

Экспортный потенциал машиностроительного комплекса характеризуется следующими данными: на экспорт поставляется 90–95 % грузовых автомобилей (большегрузные автомобили монополизируют треть мирового рынка), свыше 90 % – тракторов, металлорежущих станков, велосипедов. Минский автомобильный завод выпускает более ста модификаций грузовых автомобилей. Это единственное предприятие в СНГ, которое выпускает магистральные автопоезда, соответствующие требованиям ЕВРО-2. Минский завод колесных тягачей выпускает автопоезда-тяжеловозы большой грузоподъемности, внедорожные полноприводные колесные шасси и самосвалы, автокраны. Белорусский автомобильный завод в г. Жодино выпускает тяжелые и сверхтяжелые карьерные самосвалы, грузовые, грузопассажирские и санитарные автомобили малой грузоподъемности, погрузчики. Могилевский автомобильный завод им. С. М. Кирова выпускает самоходные скреперы, автопоезда для подземных рудников и тоннелей, тягачи для буксировки самолетов, погрузчики для горных работ, автобетоносмесители. Поставки грузовых автомобилей осуществляются на рынки более чем 40 стран.

Экспорт тракторов осуществляется на рынки почти 60 стран, среди которых доминируют государства СНГ (81,1 %), в том числе Россия (63,6 %). Доля стран дальнего зарубежья в структуре экспорта существенно уменьшается.

Основной объем холодильников, морозильников и холодильного оборудования также реализуется на рынках СНГ (83,4 % стоимости), в том числе в России (70,7 %) и Украине (8,9 %). Среди европейских стран важнейшими партнерами являются Франция (5,5 %) и Германия (4,0 %).

Беларусь является одним из ведущих мировых производителей и экспортеров калийных удобрений. На экспорт поставляется 80–90 % калийных удобрений. В связи с высокой монополизацией калийного рынка и стабильным ростом спроса на удобрения можно предположить благоприятные перспективы экспорта данной продукции.

Однако удельный вес продукции высоких технологий в объеме промышленного экспорта республики составляет около 6 % (в высокоразвитых государствах – 20–25 %). Около 1/4 экспорта Беларуси –

продукция низкой наукоемкости (сельскохозяйственное сырье, продовольственные товары, текстильное сырье и изделия, калийные удобрения).

Одним из перспективных направлений является развитие внешней торговли услугами. Начиная с 1996 г. сформировалась положительная тенденция роста объемов предоставляемых услуг. В 1996 г. экспорт услуг составил 908,0 млн дол., в 2002 г. – 1340,8 млн дол., в 2003 г. – 1499,9 млн дол., в 2004 г. – 1749,6 млн дол.

Таким образом, для развития внешней торговли товарами характерны следующие тенденции:

- формирование групп товаров, образующих «стратегический экспорт» Беларуси (нефтепродукты, химические продукты, калийные удобрения, текстиль, черные металлы, грузовые автомобили, молоко и молочные продукты, тракторы, холодильники) и «экономически важный экспорт» (запасные части, мебель, нефть, сдельные тягачи, сахар, лесоматериалы, мясо);

- совпадение удельного веса импорта инвестиционных товаров (машины, оборудование), минеральных продуктов с удельным весом экспорта аналогичной продукции;

- сохранение основных торговых партнеров Беларуси – России и стран ЕС, активизация торговли с европейскими странами;

- наличие положительного сальдо в торговле со странами Африки и Ближнего Востока.

#### **1.4. Внешнеторговая политика Республики Беларусь**

В Республике Беларусь внешнеторговая политика строится на основе сочетания принципов свободной торговли и протекционизма, что позволяет реализовать стратегию формирования экспортоориентированного и импортозамещающего производства и соответствует стране, которая решает проблемы открытости своей экономики и идет по пути догоняющего развития. Внешнеторговая политика включает экспортную и импортную политику.

**Экспортная политика** – это мероприятия правительства, нацеленные на максимальное наращивание конкурентоспособного экспорта товаров и услуг, диверсификацию географической структуры экспорта, освоение новых, при условии сохранения традиционных рынков сбыта, стимулирование и поддержку развития экспорта и экспортного производства продукции с высокой добавленной стоимостью, высокотехнологичной и наукоемкой, обеспечение благоприят-

ных условий для доступа товаров на внешний рынок, развитие экспортной инфраструктуры и информационного сопровождения внешней торговли, улучшение параметров платежного баланса.

Концептуальной основой формирования экспортной политики является Национальная программа развития экспорта.

С целью реализации экспортной политики правительство принимает меры по стимулированию, поддержке производителей экспортной продукции и экспортеров, соответствующие принципам и механизмам ВТО. Среди методов:

- налоговые льготы;
- гармонизация и унификация грузовых, железнодорожных тарифов;
- экспортные кредиты;
- страхование экспортных сделок;
- бюджетное финансирование приоритетных экспортоориентированных проектов;
- облегченный доступ к ресурсам банковской системы, получению валютных кредитов;
- предоставление информации о состоянии зарубежных рынков;
- защита от антидемпинговых процедур;
- организация выставок, презентаций;
- использование лизинга при экспорте;
- приведение республиканских стандартов в соответствие международным;
- гармонизация правил и процедур национальной системы сертификации с требованиями ВТО;
- либерализация товарных режимов со странами- торговыми партнерами;
- совершенствование инфраструктуры экспорта;
- упрощение процедуры лицензирования;
- увеличение количества разрешений на проезд белорусских автомобильных перевозчиков;
- гармонизация и унификация таможенных пошлин и др.

Экспортоориентированными отраслями белорусской промышленности являются машиностроение, металлообработка, лесная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная, легкая и пищевая промышленность. Отраслями экспортоориентированных услуг – транспортные и деловые услуги.



Примером завоевания зарубежных рынков через различные формы организации экспорта является деятельность Белорусского металлургического завода (БМЗ) по созданию предприятий на территории Западной Европы, Китая, товаропроизводящей сети в Северной Америке. Это позволяет осуществлять внутрифирменные поставки оборудования и промежуточной продукции, снижать стоимость экспортной продукции за счет оптимизации закупок запасных частей, сырья и пр., а в итоге, удерживать позиции на мировом рынке и расширять сбыт в различных регионах мира.

**Импортная политика** – это мероприятия правительства, направленные на стимулирование развития отраслей и производств, способных заменить своей продукцией импорт аналогичных товаров, защитить внутренний рынок и товаропроизводителей в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности и удорожания сырьевых ресурсов, рационализировать импорт по товарным группам и странам происхождения, уменьшить дефицит торгового баланса.

Политика импортозамещения состоит:

- 1) из организации собственного производства продукции взамен импортируемой;
- 2) рационализации и сокращения ввоза, потребления импортируемых товаров в результате структурной перестройки экономики, модернизации производства, внедрения ресурсосберегающих технологий и др.

Концептуальной основой импортной политики выступает «Программа импортозамещения», в соответствии с которой с 1997 г. реализуются государственная, отраслевые и региональные программы импортозамещения.

Объектами импортозамещения выступает продукция отраслей, которые обладают максимальным потенциалом в замещении импортируемых товаров, обеспечены ресурсами и могут дать быстрый эффект при их ориентации на экспорт. Среди отраслей:

- а) быстроокупаемые отрасли промышленности, ориентированные на прямой потребительский спрос (пищевая, легкая промышленность, производство дешевой мебели);
- б) организация импортозамещающих производств на неэффективно используемых производственных площадях предприятий;
- в) развитие трудоемких и наукоемких отраслей и производств (оборудование, машины, отдельные виды комплектующих изделий, узлов).

Товарным сегментом импортозамещения являются: продукция машиностроения и металлургии, химического комплекса, деревообрабатывающей отрасли, пищевой и табачной промышленности, товары лесной и целлюлозно-бумажной отрасли, аграрно-промышленного комплекса (АПК).

Особое значение для реализации внешнеторговой политики приобретает формирование и функционирование инфраструктуры внешней торговли, которая оказывает содействие предприятиям при выходе на внешние рынки, создает благоприятные условия для сбыта продукции на мировых и региональных рынках, оказывает организационное и финансовое содействие, предоставляет своевременную информацию о состоянии зарубежных рынков и возможностях участия в международных инвестиционных проектах.

Актуальным является также создание единой национальной системы внешнеэкономической информации, позволяющей осуществить выбор рынка, ознакомиться с ним, получить информацию о состоянии конъюнктуры на продукцию, партнерах, конкурентах, правилах проведения экспортно-импортных операций, мерах таможенно-тарифного регулирования, особенностях налогообложения, лицензирования и пр.

### **1.5. Иностранные инвестиции в Республике Беларусь**

Отраслевая структура прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Республику Беларусь показывает, что наибольший объем прямых иностранных инвестиций в 2006 г. был направлен в промышленность (52,6 %), в торговлю и общественное питание (24,1 %). В 2005 г. лидирующими потребителями прямых иностранных инвестиций были: торговля и общественное питание (49,1 %), связь (31,5 %). Данные по динамике инвестиций отражены в таблице 1.2.

*Таблица 1.2*

**Прямые иностранные инвестиции, поступившие в Республику Беларусь по основным отраслям экономики (тыс. дол. США) в 2003–2007 гг. [8, с. 157]**

<b>Отрасль</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Всего инвестиций	674,5	859,2	420,8	517,8	717,5
В том числе:					
в промышленность	93,5	130,33	269,4	183,2	353,5
сельское хозяйство	5,2	3,64	1,6	1,2	6,6

Окончание табл. 1.2

Отрасль	2003	2004	2005	2006	2007
транспорт	7,5	8,24	15,7	15,5	24,5
связь	115,98	145,08	28,2	216,8	175,2
строительство	1,75	4,08	7,8	15,3	21,3
торговлю и общественное питание	246,6	353,44	20,1	41,1	54,6
материально- техническое снабжение и сбыт	0,00	0,06	0,05	2,2	0,2
жилищно- коммунальное хозяйство	1,15	1,88	1,1	2,8	14,2

Наиболее привлекательным регионом республики для иностранных инвесторов является г. Минск и Минская область, где удельный вес прямых иностранных инвестиций занимает наибольшую долю от их общего объема (табл. 1.3).

Таблица 1.3

**Прямые инвестиции, поступившие в Республику Беларусь от иностранных инвесторов в 2001–2006 гг. по областям (в %) [8]**

Область	2003	2004	2005	2006	2007
Республика Беларусь	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Брестская	3,1	4,4	9,3	6,7	9,2
Витебская	2,3	1,6	6,2	3,1	1,9
Гомельская	3,0	2,7	13,9	26,2	37,8
Гродненская	1,3	0,8	6,4	5,2	2,7
г. Минск	58,1	64,7	23,6	87,7	35,1
Минская	31,4	23,8	14,2	5,7	7,4
Могилевская	0,9	1,9	5,26	4,4	5,9

Крупнейшими странами-инвесторами по количеству созданных совместных предприятий и иностранных предприятий являются: Россия, США, Германия, Польша, Литва, Великобритания, Латвия, Кипр, Италия, Чехия. На долю первой десятки стран приходится свыше 80 % созданных в Беларуси предприятий с участием иностранного капитала.

На Беларуси работают совместные и иностранные предприятия с капиталом всемирно известных марок: с немецкими «МАНом» (выпуск легковой и грузовой автомобильной техники), «Фрезениусом»

(выпуск медицинского оборудования), «Карл Цейсе» (оптика, системы электронной визуализации), голландской «Кока-Кола», американским «Макдональдс» (производство безалкогольных напитков и общественное питание), датским «Маерск Медикал», швейцарским «СБ Телеком», немецким «Алкатель СЭЛ», российскими «Мобильными ТелеСистемами» (внедрение мобильной телефонной системы стандарта GSM и производство коммутационного оборудования) и др.

В последние годы на белорусский рынок пришли такие инвесторы, как австрийский «Раффайзенбанк» (банковские услуги), немецкий «Фенокс Аутомотив ГмбХ» (машиностроение), американская «Дарна-2000», венгерский «Зип Вир» (производство пива), британский «Истворд Капитал Лтд.» (производство продуктов питания) и др.

Иностранный капитал также принимает участие в формировании банковского сектора Беларуси: из 30 функционирующих банков 25 созданы с участием иностранного капитала.

В отраслевом разрезе по количеству созданных предприятий с иностранными инвестициями к 2006 г. наибольшую долю занимает промышленность (42,9 %), торговля и общественное питание (31,9 %), транспорт (9,2 %). Кроме того, инвестируются средства в развитие связи (0,7 %), строительства (3,6 %), операции с недвижимым имуществом (2,1 %) и здравоохранение, физкультуру и социальное обеспечение (1,6 %). В сельское хозяйство по-прежнему направляется менее 1 % совокупных инвестиций (0,7 %).

Совместные и иностранные предприятия вносят значительный вклад в развитие белорусской экономики. Они обеспечивают рабочими местами до 10 % занятого населения республики и выпускают 10 % ВВП страны. Совместными и иностранными предприятиями активно осуществляется внешнеторговая деятельность: экспорт продукции собственного производства превышает 15 % экспорта Беларуси, а импорт – порядка 20 % республиканского импорта.

Политика привлечения иностранных инвестиций реализуется через соответствующие нормативно-правовые акты, а также через Национальные программы привлечения инвестиций в Республику Беларусь. В Республике Беларусь политика привлечения иностранных инвестиций как принимающей страны в отношении иностранного капитала осуществляется по двум направлениям:

– ограничительная политика, или политика регулирования иностранных инвестиций, осуществляется с целью получения максимума прибыли на единицу вложенного капитала и направлена на снижение

или предотвращение негативных эффектов от иностранных инвестиций в стране-реципиенте;

– политика стимулирования иностранных инвестиций, используемая государством для привлечения максимально возможного объема капитала, основанная на использовании экономических инструментов (льготы и стимулы).

### **1.6. Основные направления внешнеэкономической деятельности, определенные национальной программой развития Республики Беларусь 2006–2010 гг.**

Предполагается выход на новый уровень стратегического планирования – создание стройной четырехуровневой системы стратегии внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь:

Национальная программа развития экспорта на 2006–2010 гг.;

– стратегии экономического сотрудничества с основными регионами и странами;

– отраслевые стратегии развития экспорта;

– стратегии развития экспорта ведущих предприятий-экспортеров.

В 2006–2010 гг. предполагается решение следующих задач:

– обеспечение динамичного роста объемов экспорта товаров и услуг на основе повышения конкурентоспособности отечественного производства при опережающем темпе роста экспорта над импортом;

– ориентация на приоритетное развитие экспорта услуг;

– развитие системы финансово-кредитного стимулирования экспорта;

– дальнейшее развитие инфраструктуры внешнеэкономической деятельности, включая товаропроводящую сеть организаций-экспортеров;

– обеспечение информационного сопровождения внешнеэкономической деятельности;

– повышение конкурентоспособности отечественной продукции, в том числе путем освоения производства новых экспортных товаров, внедрения в производство международных стандартов, реализации экспортоориентированных инвестиционных проектов;

– повышение в объеме экспорта доли наукоемкой и высокотехнологичной продукции;

– подготовка и повышение квалификации кадров внешнеэкономических и маркетинговых служб организаций-экспортеров;

– поиск дополнительных эффективных источников внешних инвестиционных ресурсов;

– расширение применения современных форм международного сотрудничества (создание торговых компаний за рубежом, финансово-промышленных групп с иностранными партнерами, экспорт технологий, открытие сборочных производств, центров сервисного обслуживания, представительств белорусских предприятий в странах – торговых партнерах);

– дальнейшая рационализация структуры импорта, развитие импортозамещающих производств, стабилизация и улучшение внешнеторгового и платежного балансов;

– снижение негативных последствий от введения дискриминационных мер в отношении отечественных товаров, совершенствование методов защиты национального рынка.

Одним из приоритетных направлений активизации внешнеэкономической деятельности является развитие *свободных экономических зон (СЭЗ)*. Главной их целью является увеличение объемов производства продукции, товаров и услуг, развитие кооперации с предприятиями, находящимися вне СЭЗ, наращивание экспортного потенциала, развитие импортозамещающих производств, организация новых рабочих мест с учетом приоритетов структурно-инвестиционной политики, создание полюсов ускоренного роста путем привлечения белорусского и иностранного капитала, а также внедрения передовых технологий. Приоритетными направлениями инвестиционной деятельности СЭЗ, основанными на высокотехнологичных и импортозамещающих производствах, являются: точное машиностроение, электроника и телекоммуникации; химическая и нефтехимическая промышленность, переработка сельскохозяйственной продукции, производство медицинских препаратов и оборудования, современных строительных материалов; современные виды услуг. Государственная политика в области *международного сотрудничества* будет осуществляться на принципах сочетания многовекторности международных связей с выбором стратегических партнеров, широты участия с определением приоритетных направлений, общей координации международного сотрудничества с автономностью принятия решений. Для реализации принципа многовекторности во внешнеэкономической деятельности Республика Беларусь будет осуществлять торгово-экономические связи с государствами – участниками СНГ и вне СНГ, региональными объединениями, союзами и международными организациями.

Взаимоотношения с государствами – участниками СНГ, и прежде всего с Российской Федерацией, остаются приоритетными во внешнеэкономической деятельности. Дальнейшее развитие интеграционных процессов с Российской Федерацией будет осуществляться в рамках Договора о создании Союзного государства. Продолжится формирование общего экономического пространства на основе развития зоны свободной торговли, платежного союза, единого научно-технологического, инвестиционного и информационного пространств, объединенной транспортной и энергетической систем, общего аграрного рынка, а также рынка труда.

Одним из приоритетов интеграционного сотрудничества Республики Беларусь является участие в формировании Единого экономического пространства (ЕЭП) Беларуси, Казахстана, России и Украины.

Развитие интеграционных связей со странами вне СНГ будет направлено на:

- обеспечение сбалансированности торговых операций и создание условий для закрепления белорусских производителей на освоенных рынках и расширения географии экспортных рынков;
- завершение процесса присоединения Республики Беларусь к ВТО;
- активизацию сотрудничества с международными финансово-кредитными организациями (Международный валютный фонд, Группа Всемирного банка, Европейский банк реконструкции и развития и др.) в целях привлечения кредитов, займов, технической помощи для решения актуальных проблем развития экономики;
- эффективное участие в международных экономических структурах, углубление сотрудничества с Европейским союзом, развитие межрегиональных хозяйственных связей, участие в многостороннем политическом диалоге в рамках ООН и других международных и региональных организаций;
- интенсификацию привлечения инвестиций, обеспечение участия в международных проектах;
- приоритетное развитие форм международного сотрудничества, определяющих технико-экономический и технологический уровень экономики (промышленная кооперация, обмен технологиями, торговля инжиниринговыми услугами, совместные НИОКР, лизинг оборудования);
- расширение участия международного сообщества в решении долгосрочных социально-экономических, научно-технических и ме-

дицинских проблем, связанных с преодолением последствий аварии на Чернобыльской АЭС.

Предусматривается активизировать торгово-экономические связи с традиционными партнерами Азиатско-тихоокеанского региона (Китай, Индия, Вьетнам, Республика Корея, Япония). Обеспечить свободу перемещения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы в рамках ЕЭП, что предусматривает снятие ограничений во взаимной торговле, а также отмены таможенного оформления и таможенного контроля на внутренних границах на завершающем этапе формирования ЕЭП.

Приоритетным направлением в развитии интеграционных связей со странами вне СНГ остается торгово-экономическое сотрудничество с государствами Европейского союза, прежде всего с новыми членами ЕС, что обусловлено их географической близостью и сложившимися взаимовыгодными связями, основанное на учете взаимных интересов сторон, снятии дискриминационных мер, отмене ограничивающих правил торговой политики в отношении белорусских товаров.

## **Тема 2. УЧАСТНИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **2.1. Классификация фирм, действующих на мировом рынке**

Одно из основных условий для успешного осуществления внешнеторговых операций – выбор подходящего партнера (контрагента).

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

Иностранцами контрагентами российских организаций выступают фирмы и организации, представляющие противоположную сторону в коммерческой сделке. Контрагентом продавца (экспортера) является покупатель (импортер), подрядчика – заказчик, арендодателя – арендатор, дебитора – кредитор и т. п.

Среди контрагентов можно выделить в зависимости от целей и характера деятельности: фирмы и государственные органы и организации.

Чаще всего при осуществлении конкретных внешнеторговых операций контрагентами выступают фирмы.



Под *фирмой* понимается предприятие, осуществляющее хозяйственную деятельность с целью извлечения прибыли [5, с. 22]. Фирмы, выступающие на мировом рынке, различаются по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций, по правовому положению, по характеру собственности, по принадлежности капитала и контролю, по объему операций.

По *виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций* фирмы-контрагенты могут быть промышленными, торговыми, транспортными, страховыми, инжиниринговыми, туристическими и др.

По *правовому положению* большая часть фирм является акционерными компаниями, полными товариществами, коммандитными товариществами или обществами с ограниченной ответственностью. Краткая характеристика основных правовых форм фирм следующая.

*Полное товарищество* создается двумя или более лицами для осуществления предпринимательской деятельности с целью получения прибыли, где каждый участник несет ответственность по обязательствам товарищества не только вложенным капиталом, но и всем своим имуществом.

В *коммандитном товариществе* одни участники (полные товарищи) несут ответственность по делам товарищества как своим вкладом, так и всем своим имуществом, другие – отвечают только своим вкладом.

*Акционерное общество* – это форма объединения капиталов посредством выпуска акций. Ответственность акционеров по делам общества ограничивается только суммой, уплаченной за акции. Участники общества с ограниченной ответственностью отвечают по обязательствам предприятия только своей долей участия в его капитале – паем. Паи распределяются между учредителями общества без публичной подписки.

По *целям объединения, степени самостоятельности и характеру хозяйственных отношений* участников фирмы подразделяются на картели, тресты, концерны, промышленные холдинги, финансовые группы.

*Картель* – это объединение на долговременной основе юридически самостоятельных фирм с целью совместной коммерческой деятельности (как правило, по реализации продукции, когда участники соглашения договариваются о рынках сбыта, об условиях продажи, о ценах и т. д.). Синдикаты являются разновидностью картельного со-

глашения и предполагают сбыт продукции его участников через специально создаваемое предприятие в форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью. Пул также является разновидностью предприятия картельного типа, использует особый механизм распределения прибыли его участников: после поступления ее в общий фонд в заранее установленной пропорции.

При объединении предприятий в *трест* они теряют свою юридическую и хозяйственную самостоятельность и сливаются в единый хозяйственный комплекс.

*Концерн* – это объединение юридически самостоятельных предприятий, связанных посредством патентно-лицензионных соглашений, совместного финансирования, производственного сотрудничества. Концерны функционируют обычно в форме акционерного общества. Их деятельность контролируется входящими в них компаниями.

*Финансовая группа* также объединяет хозяйственно самостоятельные предприятия различных отраслей хозяйства – промышленные, торговые, кредитные и др., но, в отличие от концерна, во главе ее стоит один или несколько банков, которые координируют деятельность входящих в финансовую группу предприятий и распоряжаются их денежным капиталом.

*Промышленный холдинг* не занимается производственной деятельностью, а лишь осуществляет контроль за функционированием входящих в него юридически самостоятельных предприятий. Холдинг решает только основные вопросы деятельности предприятий, которые он объединяет.

По *характеру собственности* различают частные, государственные и кооперативные фирмы, а по *принадлежности капитала и контролю* – национальные, иностранные и смешанные фирмы.

По *объему операций* выделяют крупные, средние и мелкие компании, причем в различных странах эти понятия не являются одинаковыми.

Установлению деловых отношений с какой-либо конкретной фирмой обычно предшествует поиск фирмы-партнера, который включает:

- 1) исследование структуры фирм соответствующей отрасли или рынка;
- 2) выявление ведущих фирм в отрасли;
- 3) изучение отдельных фирм и определение круга потенциальных контрагентов.

## 2.2. Факторы, влияющие на выбор партнера на зарубежном рынке

Выбор контрагента в большой степени зависит от характера внешней сделки (экспортная, импортная, компенсационная и т. д.), а также от предмета сделки. При этом возникают два вопроса: в какой стране и у какого иностранного контрагента лучше купить (продать) необходимый товар?

Выбирая страну, помимо соображений экономического характера учитывается прежде всего характер торгово-политических отношений с ней. Предпочтение отдается тем странам, с которыми имеются нормальные деловые отношения, подкрепленные договорно-правовой основой и которые не допускают по отношению к нашей стране дискриминации.

При выборе фирмы на первое место выходит работа по изучению различных аспектов деятельности потенциальных партнеров.

Таковыми аспектами могут быть:

- технологический: изучение технического уровня продукции фирмы, ее технологической базы и производственных возможностей;
- научно-технический: сведения об организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и о затратах на них;
- организационный: изучение организации управления фирмы;
- экономический: оценка финансового положения и возможностей фирмы;
- правовой – изучение норм и правил, действующих в стране потенциального партнера и имеющих прямое или косвенное отношение к сотрудничеству.

Суммируя практический опыт и общепринятые методики оценки потенциальных партнеров, их надежности и выгодности, можно выделить ряд принципов, которые позволяют эффективно вести работу по выбору контрагента.

Первый принцип – необходимо оценить *степень солидности* потенциального партнера. Под степенью солидности фирмы подразумеваются количественные показатели деятельности, масштаб операций, степень платеже- и кредитоспособности, а также степень доверия, которую ей оказывают банки.

Для оценки солидности фирмы можно привлечь и ряд других показателей, такие, как число занятых (в том числе сотрудников, участвующих в НИОКР), число предприятий и размеры производственных площадей, степень диверсификации фирмы (т. е. сфера деятель-

ности и номенклатура выпускаемой продукции), доля интересующей нас продукции в объеме производства фирмы и отрасли.

Вторым важным принципом в выборе фирмы является ее непосредственная *деловая репутация, деловое реноме*. Репутация фирмы определяется тщательностью и добросовестностью выполнения обязательств, наличием опыта в определенной сфере бизнеса, стремлением учитывать предложения и пожелания контрагента и решать все возникающие сложные ситуации путем переговоров.

Деловая репутация фирмы не связана напрямую с показателями солидности и в основном определяется опытом, которым располагает та или иная фирма, ведущая коммерческую деятельность в течение длительного периода.

В числе принципов выбора фирмы-контрагента можно назвать и *учет опыта прошлых сделок*. При наличии прочих равных условий коммерсанты отдают предпочтение тем фирмам, которые хорошо зарекомендовали себя в прошлом.

Определенное значение при выборе партнера может оказать и его *положение на данном рынке*: является ли он посредником или самостоятельным производителем (потребителем) продукции. Коммерсанты, как правило, стремятся к устранению излишних посреднических звеньев в торговых операциях, с тем, чтобы не уступать им часть прибыли. В то же время посреднические услуги широко используются, если они являются объективной необходимостью.

### **2.3. Процесс организации работы по изучению контрагента**

Поиск и выбор контрагента – важный и сложный вопрос, как для поставщика, так и для потребителя. Он предполагает выбор стран и фирм, наиболее предпочтительных для сбыта или закупки продукции.

Процесс выбора страны сбыта продукции может быть представлен в виде нескольких стадий.

На *первой стадии* составляется достаточно объемный список стран, которые вызывают интерес с точки зрения сбыта продукции. При этом используются различные источники информации: данные торгово-промышленных палат, различных министерств и ведомств, клиентов, партнеров, конкурентов, специализированных информационных институтов. Не следует включать в список политически нестабильные страны или те, в которых существуют запреты на ввоз интересующей продукции.

На *второй стадии* процесс отбора направлен на увеличение вероятности того, что сделанный выбор является разумным. Анализируется общий экспортный потенциал страны, величина ВВП, географическое положение.

Далее список сокращается до трех наиболее перспективных стран. Это достигается за счет интуиции, детального анализа рынка конкретной страны и оценки перспектив работы на нем. При этом определяется, по каким техническим или организационным причинам может быть затруднен сбыт продукции на определенном рынке, устанавливается, существуют ли какие-либо торговые или правовые барьеры, мешающие экспорту.

Выбор фирмы-контрагента зависит от характера и предмета сделки, экономического потенциала страны, конъюнктуры и емкости рынка. Учитываются и такие факторы, как наличие межправительственных торговых соглашений, характер деятельности фирмы, ее репутация, длительность торговых отношений и предлагаемые условия сделки.

Информация о фирмах систематизируется путем составления *информационных карт на фирму*. Информационная карта является фирменным досье и содержит как общую, так и специальную информацию о фирме и ее представителях. Как правило, информационная карта включает следующие основные разделы:

- преамбулу, где указывается наименование фирмы, ее адрес, номер факса;
- общую характеристику фирмы: характер деятельности, правовая форма, национальная принадлежность капитала, номенклатура производства и экспорта, наличие дочерних фирм, материально-техническая база, география экспорта и т. д.;
- финансово-экономические показатели: уставный капитал, годовой оборот, число занятых, расходы на научные исследования и др.;
- руководящий состав фирмы;
- деловую характеристику фирмы: выполнение обязательств по контракту, соблюдение сроков поставки, размер предоставляемых скидок, качество поставляемого товара, отношение к рекламациям;
- деловую характеристику представителей фирмы.

Информационные карты систематически пополняются новыми данными.

Оперативно-коммерческая работа по изучению фирм во внешнеторговых организациях должна включать:

- а) предварительный сбор данных о фирме, с которой предполагается проведение переговоров или заключение сделки;
- б) текущее наблюдение за деятельностью фирм и организаций, с которыми заключены контракты;
- в) выявление и изучение новых фирм и организаций – возможных агентов по экспорту и импорту;
- г) систематическое изучение фирменной структуры товарных рынков по основным статьям экспорта и импорта;
- д) наблюдение за деятельностью фирм-конкурентов, играющих ведущую роль на отдельных товарных рынках.

Для получения интересующих сведений контрагенты используют все возможные источники информации, которые можно получить через сложившуюся на мировом рынке систему и которые являются обычными в практике любой фирмы, участвующей в международной торговле.

## **2.4. Структура и содержание карты фирмы**

*Карта фирмы* представляет собой анкету, содержание которой сгруппировано по основным вопросам, характеризующим различные стороны деятельности изучаемой фирмы:

- страна, почтовый адрес, электронный адрес, телефон, факс;
- год основания;
- предметы торговли, производства (с указанием основных технических характеристик товаров и технических новинок) или характер услуг;
- производственные мощности, торговый оборот, число работников или другие данные, характеризующие производственные возможности и объем деятельности (по годам);
- данные, характеризующие финансовое положение;
- филиалы, дочерние предприятия, участия и прочие связи (картельные, финансовые, персональные и т. д.);
- важнейшие конкуренты;
- владельцы, руководители фирмы, лица, имеющие непосредственный контакт с вашими организациями;
- оборот, в том числе по разным рынкам;
- отрицательные моменты, характеризующие фирму (невыполнение обязательств, рекламации, арбитражные, судебные дела и пр.).

Для подбора и систематизации сведений о фирме используется широкий круг материалов, ее характеризующих: оперативная инфор-

мация, данные периодической печати, годовые отчеты, сведения специализированных информационных организаций.

В разделе досье по производственным мощностям указываются объем выпускаемой продукции, число рабочих и служащих, важнейшие предприятия, размер производственных площадей, количество единиц оборудования.

По торговому обороту собирается информация о количестве имеющихся у фирмы контор, отделений, магазинов и складов и объеме годовых оборотов, об удельном весе фирмы в производстве, экспорте и импорте соответствующих товаров.

Сведения о финансовом положении фирмы могут быть получены из балансов, справочников, справок кредит-бюро и банков, других источников. В этом разделе отражают по годам объемы капитала, обороты, прибыль или убытки, а также другие данные, характеризующие финансовое положение фирмы.

В разделе, информирующем о связях фирмы, перечисляются филиалы и дочерние компании, в которых фирма участвует своим капиталом или имеет с ними какие-либо другие связи.

В сведениях о владельцах, руководителях фирмы приводятся наименования юридических лиц и фамилии физических лиц, являющихся фактическими владельцами данной фирмы. Если имеется несколько владельцев, указывают долю участия каждого из них в капитале фирмы. Для акционерного общества перечисляются фамилии акционеров, владеющих большим числом акций, указываются фамилии руководителей фирмы и работников с указанием сведений о деловых качествах.

Кроме, данных, перечисленных в карте, в досье фирмы должны собираться:

- характеристики владельцев, руководителей фирмы, а также служащих, которые осуществляют контакт с вашей фирмой;
- данные балансов;
- данные о развитии торговых отношений с фирмой, о ее заинтересованности в контактах с вами.

Важное место в досье на фирму занимают такие документы, как «сведения о переговорах» и «сведения о деловых отношениях». В них фиксируется информация, источником которой являются личные наблюдения и впечатления оперативных работников, полученные в процессе переговоров, в ходе выполнения контрактов и посещений предприятий фирмы. Такого рода сведения являются главными и наиболее

ценными источниками информации о деловых качествах фирмы и ее представителей.

*Сведения о переговорах с фирмой* собирают после завершения переговоров с фирмой. Основные вопросы для изучения:

- а) предмет переговоров;
- б) результат переговоров;
- в) характеристика представителей фирмы, проводящих переговоры, вплоть до черт характера (слабых и сильных их сторон), степень владения коммерческими и техническими вопросами;
- г) поведение фирмы во время переговоров;
- д) деловые отношения с другими белорусскими организациями.

*Сведения о деловых отношениях.* В отличие от сведений о переговорах, которые составляются после каждого раунда переговоров с фирмой, сведения о деловых отношениях составляются один раз год и отражают опыт работы с фирмой в течение года. К ним относятся сведения о выполнении фирмой условий контрактов, ее заинтересованности в работе на данном рынке, деловых качествах фирмы и ее представителей.

Досье на фирмы пополняется систематически, при этом перед началом нового финансового года и при подготовке крупных сделок целесообразно дополнительно собрать сведения о финансовом положении контрагента независимо от наличия этих данных за прошлый период.

В принципе каждая организация может подготовить для собственных нужд свой вариант фирменного досье, учитывая при этом специфику своей работы на мировом рынке и особенности круга своих контрагентов.

Для осуществления работы по изучению иностранных контрагентов используются не только собственные каналы информации, но и услуги специализированных организаций и ведомств. В первую очередь среди таких организаций можно назвать торгово-промышленную палату. Существует достаточно много показателей оперативной и финансовой отчетности фирмы, с помощью которых дается оценка результатов ее деятельности. Эти показатели подразделяются на абсолютные и относительные. Всю совокупность этих показателей объединяют в ряд групп, характеризующих экономический потенциал фирмы, эффективность ее деятельности, конкурентоспособность и финансовое положение.

*Показатели экономического потенциала фирмы.* К числу показателей, характеризующих экономический потенциал фирмы, отно-



сятся: сведения об активах, объемах продаж, о чистой или валовой прибыли, об основном капитале, оборотном капитале, о капиталовложениях, собственном и заемном капитале, капитализированной прибыли, производственных мощностях, научно-исследовательской базе и расходах на НИОКР, информация об общем числе занятых и др.

*Показатели эффективности деятельности фирмы.* К числу этих показателей относится целый ряд абсолютных и относительных показателей, важнейшим из которых считается размер прибыли. Именно прибыль является конечной целью и основным критерием деятельности любой коммерческой фирмы. Размер прибыли в абсолютном выражении кладется в основу исчисления целого ряда относительных показателей рентабельности.

К группе важных показателей относится и объем продаж. Он свидетельствует не только о масштабах деятельности фирмы, но и о темпах ее роста. Этот показатель является также базовым для вычисления ряда относительных показателей эффективности.

*Показатели конкурентоспособности фирмы.* В первую очередь имеются в виду возможности фирмы предложить товар, отвечающий требованиям покупателя, т. е. определенного качества, в нужном количестве, в необходимые сроки и на более выгодных условиях поставки, чем конкуренты.

О конкурентоспособности можно судить и по таким экономическим показателям, содержащимся в финансовой отчетности фирм, как:

- динамика продаж в стоимостном и количественном выражении;
- отношение объема продаж к стоимости материально-производственных запасов. Этот показатель называется *коэффициентом спроса*, т. к. характеризует спрос на изделия фирмы;
- отношение объема продаж к стоимости нереализованной продукции (дополняет два предыдущих);
- отношение объема продаж к сумме дебиторской задолженности отражает объем коммерческого кредита, предоставляемого фирмой клиентам.
- загрузка производственных мощностей;
- портфель заказов, если он значителен, то это характеризует высокий уровень спроса на продукцию фирмы.

*Показатели финансового положения фирмы.* Финансовое положение фирмы определяется степенью финансовой независимости от внешних источников финансирования своей деятельности, способностью в необходимые сроки погашать свои финансовые обязательства,

т. е. платежеспособностью и возможностью предоставления кредитов клиентам, т. е. кредитоспособностью.

Выбор тех или иных показателей, характеризующих фирму, зависит от целей, которые ставит перед собой организация при выборе иностранного партнера.

## 2.5. Организация коммерческих предложений

Коммерческая работа предполагает постоянную переписку контрагентов и направление предложений о возможных сделках. Инициатором заключения договора может быть как продавец, так и покупатель.

Если инициатива вступления в переговоры исходит от продавца, он может направить возможному покупателю оферту (от лат. *offer-tus* – предложенный), предложение принять участие в торгах или письмо о намерениях вступить в переговоры. Если инициатором сделки выступает покупатель, то он высылает заказ или запрос, или письмо о намерениях.

*Оферта* – это письменное предложение продавца, направленное возможному покупателю.

Оферта является проектом договора и подписывается направляющей ее стороной (оферентом).

Продавец может высылать предложение одному конкретному лицу либо же сразу нескольким возможным покупателям на одну и ту же партию товара в расчете, что кто-нибудь из них заинтересуется предлагаемым товаром. В связи с этим различают твердую оферту и свободную.

*Твердая оферта* – это письменное предложение продавца о поставке определенной партии товара, направляемое одному возможному покупателю.

В твердой оферте указывается срок, когда покупатель должен ответить на предложение продавца. В течение этого срока оферент связан своим предложением и не может сделать аналогичное предложение другому покупателю.

В случае, если покупатель согласен с условиями оферты, он подписывает проект договора и посылает продавцу безоговорочный акцепт. Оферта вступает в силу в момент получения ее оферентом.

Если покупатель не согласен с какими-либо условиями оферты, он посылает продавцу отклоняющий предложение ответ либо кон-

троферту с указанием своих условий договора и срока для ответа. В этом случае переписка продолжается.

*Свободная оферта* – это письменное предложение продавца на одну и ту же партию товара, которое направляется одновременно нескольким возможным покупателям.

В ней не установлен срок для ответа, и оферент не связан своим предложением. Если покупатель согласен с условиями оферты, он подписывает ее и высылает в адрес продавца. Сделка при этом не считается заключенной. Свободная оферта становится договором только тогда, когда продавец, получив от покупателя подписанную оферту (контроферту), вышлет ему свое подтверждение (акцепт) контроферты. При этом продавец акцептует более предпочтительную для него оферту, а не ту, которую получил раньше.

Если покупатель заранее располагает информацией об условиях предложения экспортера (на основании прейскурантов, каталогов информационных листов и др.), он может направить ему *заказ*. В случае, когда экспортер готов выполнить заказ, он высылает подтверждение предложения. Если продавец не принимает заказ к исполнению, то направляет отклонение, возможное без объяснения причин.

Покупатель может обратиться к экспортеру с просьбой прислать предложение (оферту) на определенный товар. Такое предложение покупателя называется *запросом*.

Запросы посылаются обычно одновременно нескольким фирмам, выпускающим аналогичную продукцию. Основной целью запросов является получение от экспортных фирм конкретных предложений, из которых выбираются наиболее предпочтительные для покупателя.

В запросе указывается наименование интересующего товара, его качество, количество, желательные сроки поставки, в некоторых случаях – характеристики товара, условия поставки, сроки для ответа и т. д. При этом цена товара, как правило, неизвестна импортеру.

Как продавец, так и покупатель, определив по различным источникам информации своих потенциальных контрагентов, могут направить им коммерческие *письма о намерениях* провести переговоры по поводу возможной сделки. Письма о намерениях не имеют правовой силы и лишь свидетельствуют о желании сторон продолжить контакты в будущем.

## **Тема 3. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ**

### **3.1. Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров**

Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров – международный документ, имеющий практическое значение при заключении и исполнении внешнеторговых контрактов. Она была разработана Комиссией ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ) с целью определения единообразных норм, регулирующих международные торговые договоры, и принята в г. Вена в 1980 г.

На территории Республики Беларусь Конвенция вступила в силу с 1 ноября 1990 г. Присоединение к Конвенции означает, что ее положения стали частью отечественного права и подлежат применению к договорам международной купли-продажи товаров.

В Конвенции предусмотрено, что стороны сделки имеют право отступить от любого из ее положений или изменять его действие, указав об этом в контракте. Исключением является предписание об обязательной письменной форме изменения или прекращения контракта, предусмотренное в государстве хотя бы одной из сторон сделки.

Венская конвенция не претендует на приоритетное применение в отношении других международных соглашений. Если стороны имеют свои коммерческие предприятия в государствах-участниках другого международного соглашения и оно содержит положения по вопросам, являющимся предметом регулирования Конвенции ООН, то могут применяться положения соглашений, а не Конвенции (ст. 90).

Существенное место в Конвенции отведено учету обычаев, относительно которых стороны договорились, и практике, установившейся в их взаимоотношениях.

Положения ее применимы не только в отношении договоров международной купли-продажи товаров между юридическими лицами, но и с участием граждан (физических лиц). Определяющим условием является нахождение коммерческих предприятий сторон контракта в разных государствах.

Положения Конвенции регламентируют заключение договора международной купли-продажи, права и обязанности сторон, возникающие из этого договора, а также ответственность сторон сделки за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств и не затра-

гивают содержания договора и вопроса права собственности на проданный товар.

По структуре Венская конвенция состоит из следующих четырех частей, включающих статью 101:

1. Сфера применения и общие положения.
2. Заключение договора.
3. Купля-продажа товаров.
4. Заключительные положения.

Конвенция не применяется к продаже товаров, приобретаемых для личного или домашнего использования, с аукциона, в порядке исполнительного производства, к продаже фондовых бумаг, оборотных документов и денег, судов водного и воздушного транспорта, электроэнергии, в отношении ответственности из-за возможного причинения вреда, к договорам подряда и предоставления услуг, розничной торговле.

При использовании положений Конвенции следует учитывать ее международный характер.

Значение Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров состоит в устранении существенных расхождений в национальных законодательствах, регулирующих международную куплю-продажу товаров; определении признаков международного характера договора; определении перечня объектов купли-продажи, в отношении которых настоящая Конвенция не применяется; установлении перечня видов договоров и услуг, на которые не распространяется ее действие; определении основных прав и обязанностей сторон по договору; установлении формы контракта купли-продажи; определении средств правовой защиты в случае нарушения договора продавцом или покупателем и порядка исчисления убытков; регулировании отношения сторон по договорам в случае возникновения споров между продавцом и покупателем, когда хотя бы одна из сторон представляет государство, не присоединившееся к Конвенции.

### **3.2. Понятие «международная коммерческая операция»**

Экономические связи с зарубежными фирмами осуществляются путем проведения коммерческих операций, т. е. определенных технических приемов по подготовке и проведению торгового сотрудничества. Внешнеторговые операции осуществляются на основе заключаемых сделок. Международные торговые сделки являются правовой формой, опосредующей международные коммерческие операции. Под международной торговой сделкой понимается договор между двумя

или более сторонами из разных стран по поставке определенного количества товара или оказанию услуг в соответствии с согласованными сторонами условиями. Договор не признается международным, если он заключен между сторонами разной государственной принадлежности, коммерческие предприятия которых находятся на территории одного государства. Также признаком международной торговой сделки может быть пересечение границы материальным объектом, но этот признак может отсутствовать в реэкспортных операциях. Вторым признаком международной торговой сделки – осуществление платежа в иностранной валюте одной из сторон (не обязательный признак, так как существуют безвалютные товарообменные операции).

Объектами международных коммерческих операций являются материально-вещественная продукция и услуги, включая результаты производственного и научно-технического сотрудничества, приобретающие в обмене форму товара. Эти объекты определяют виды коммерческих операций и особенности договорных отношений при их осуществлении на мировом рынке.

Международные коммерческие операции подразделяются на основные, осуществляемые на возмездной основе между непосредственными участниками этих операций (контрагентами разных стран), и обеспечивающие, связанные с продвижением товара от продавца к покупателю.

*К основным коммерческим операциям относятся операции:*

- по обмену продукцией в материально-вещественной форме;
- по обмену научно-техническими знаниями (в форме торговли патентами, лицензиями, ноу-хау);
- по обмену техническими услугами (консультативный и строительный инжиниринг);
- арендные;
- по международному туризму;
- по предоставлению консультационных услуг в области информации и совершенствования управления;
- по обмену кинофильмами и телепрограммами.

*Операции, обеспечивающие международный товарооборот, включают:*

- операции по международным расчетам;
- операции по международным перевозкам грузов;
- транспортно-экспедиторские операции;
- операции по страхованию грузов;
- операции по хранению грузов при международных перевозках.

### 3.3. Основные коммерческие операции

Основные виды международных коммерческих операций можно кратко охарактеризовать следующим образом.

*Операции по обмену продукцией в материально-вещественной форме* (коммерческий экспорт и импорт). Под экспортно-импортными операциями понимается коммерческая деятельность, связанная с куплей-продажей товаров, имеющих материально-вещественную форму. При этом под экспортными операциями понимается деятельность, связанная с продажей и вывозом за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту; под импортными – деятельность, связанная с закупкой и ввозом иностранных товаров для последующей реализации их на внутреннем рынке своей страны.

Разновидностью экспортно-импортных операций являются реэкспортные и реимпортные операции. К первым относятся операции, предусматривающие вывоз за границу ранее ввезенного товара, не подвергавшегося в реэкспортирующей стране какой-либо переработке.

Причины использования реэкспортных операций:

- использование исторически сложившихся форм торговли (биржи, аукционы);
- вынужденный реэкспорт;
- реэкспорт как составная часть более сложной операции. Реэкспортные операции применяются при осуществлении крупных проектов, например, при строительстве объектов с помощью иностранных фирм. Иностранный поставщик часто осуществляет закупки материалов и оборудования в третьих странах. При этом товары отправляются в страну реализации проекта без завоза в страну реэкспорта;
- реэкспорт с целью получения прибыли при разнице цен;

Значительная часть реэкспортных операций осуществляется в СЭЗ. Ввозимые на их территорию товары не облагаются при ввозе и пребывании их там таможенными пошлинами, а также при ввозе для реэкспорта от сборов и налогов с импорта.

Во многих случаях на территории таких зон завершается процесс производства в сфере обращения (расфасовка, дополнительные наклейки, подбор товара по определенному ассортименту); таким образом, над товаром могут быть проведены конкретные операции, и он будет считаться реэкспортным. Если стоимость дополнительных операций не будет превышать 50 % от заявленной экспортером цены, и при этом товар не меняет своего наименования и физико-химических свойств, то он признается реэкспортным.

К реимпортным относятся операции, связанные с вывозом из-за границы ранее вывезенных отечественных товаров, не подвергавшихся там переработке. Ими могут быть товары, не проданные на аукционе, возвращенные с консигнационного склада, забракованные покупателем, и др.

*Операции по торговле научно-техническими знаниями и опытом* отличаются от операций по торговле материальными ценностями тем, что предметом международного обмена в них выступают результаты деятельности, которые принято считать «невидимым» товаром. Это находит свое отражение и в заключаемых договорах.

Международный обмен технологией является важнейшим элементом системы международных экономических отношений, в значительной мере определяющим характер и темпы экономического развития как промышленно развитых, так и развивающихся стран. В основе международного обмена технологией лежит обмен между странами машинами и оборудованием, созданными на основе новых технических решений, то есть передача технологии в материальной форме.

Операции по международной торговле научно-техническими знаниями связаны с обменом результатами производственных научных исследований и разработок, имеющих не только научную, но и коммерческую ценность, что ведет к формированию мирового рынка технологии с его специфическими особенностями. В качестве товара на лицензионной основе здесь выступают продукты интеллектуального труда, облеченные в форму патентов, лицензий, товарных знаков, промышленных образцов, представляющих собой часть так называемой промышленной собственности, а также технические знания и опыт, объединяемые понятием «ноу-хау», включающие передачу знаний и опыт.

*Операции по торговле техническими услугами (инжиниринг).* Как самостоятельный вид международных коммерческих операций инжиниринг предполагает предоставление на основе договора на инжиниринг одной стороной, именуемой консультантом, другой стороне, именуемой заказчиком, комплекса или отдельных видов инженерно-технических услуг, связанных с проектированием, строительством и вводом объекта в эксплуатацию; с разработкой новых технологических процессов на предприятии заказчика; усовершенствованием имеющихся производственных процессов вплоть до внедрения изделия в производство.



*Международные арендные операции* предполагают сдачу товаров внаем иностранному контрагенту. По договору аренды одна сторона – арендодатель предоставляет другой стороне – арендатору предмет аренды в исключительное пользование на определенный срок за вознаграждение.

### **3.4. Виды международных встречных сделок**

**Встречные торговые сделки** – это сделки, в которых одна сторона поставяет товары, услуги, технологии второй стороне, а в ответ на это первая сторона закупает у второй стороны согласованный объем товаров, услуг, технологий. Отличительной чертой встречных торговых сделок является взаимная увязка между поставками в двух направлениях.

Встречная торговля соединяет в себе особенности экспортных и импортных сделок. При проведении встречных сделок экспортер обязуется принять в оплату стоимости своего товара всю или часть стоимости встречного импортного товара покупателя.

Эксперты ООН выделяют три основных вида международных встречных сделок:

- бартерные сделки (Barter [transactions]);
- торговые компенсационные сделки (commercial compensation);
- промышленные компенсационные сделки (industrial compensation).

Под промышленной компенсационной сделкой понимается сделка, в которой одна сторона осуществляет поставку (зачастую согласовывая также необходимое финансирование) второй стороне товаров, услуг и/или технологии, которая используется последней для создания новых производственных мощностей. Данные поставки затем возмещаются посредством поставок товаров, произведенных на созданных таким образом предприятиях (или иногда за счет поставок аналогичных товаров, произведенных третьими сторонами в данной стране). В торговой компенсационной сделке, как правило, отсутствуют подобные взаимоотношения между взаимными конкретными действиями обеих сторон.

Специалисты Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) подразделяют все международные встречные сделки на две категории:

- торговая компенсация;
- промышленная компенсация.

Под *торговой компенсацией* понимается одна операция на небольшую или умеренную сумму, включая обмен крайне разнородными товарами, которые обычно органически не связаны между собой.

Под *промышленной компенсацией* понимаются такие сделки, которые охватывают продажу связанных между собой товаров на более крупную сумму, обычно соответствующую стоимости комплектного промышленного оборудования или готовых предприятий.

Герчикова И. Н. считает, что при классификации международных встречных сделок следует исходить из организационно-правовой основы таких сделок и принципа компенсации. При таком подходе выделяется три вида международных встречных сделок:

- товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе;
- компенсационные сделки на коммерческой основе;
- компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве.

**Сделки на основе натурального обмена – бартер.** Бартерные операции относятся к сделкам с единовременной поставкой и являются наиболее традиционной разновидностью встречной торговли. Они представляют собой безвалютный, но оцененный обмен товарами. Стоимостная оценка товаров осуществляется для обеспечения эквивалентности обмена. Для этих сделок характерны наличие контракта, в котором фиксируются натуральные объемы обмениваемых товаров, и одновременное движение товарных потоков. На количество товаров не влияет изменение ценовых пропорций на мировом рынке. Чистый бартер наименее распространен во встречной торговле. Второй вид сделки с единовременной – это **прямая компенсация**, которая предполагает взаимную поставку товаров на равную стоимость без расчета в валюте. Ее отличия от бартера: 1) фигурирует, как правило, несколько товаров (обычно стороны направляют друг другу 2 списка с ценами и объемами получаемых и передаваемых товаров); 2) может быть предусмотрено неконвертируемое денежное сальдо, которое должно быть израсходовано в стране кредитора. Такого рода сделки обычно заключаются между универсальными торговыми фирмами, оптовыми и розничными фирмами разных стран, выступающих на рынок с широкой номенклатурой изделий.

**Товарообменные соглашения с длительными сроками** поставок заключаются обычно крупными компаниями со своими контрагентами. Товарообменные соглашения могут принимать различную форму.

**Базовые соглашения** – применяются крупными компаниями, имеющими на иностранных рынках самостоятельные подразделения. Во избежание отдельных сделок встречной закупки фирма заключает базовое соглашение с какой-либо одной организацией в стране-экспортере, которая позволяет сгруппировать все встречные закупки на длительный период.

**Письменные обязательства** – соглашение о товарообмене, предполагающее обмен списками товаров, в которых партнеры взаимно заинтересованы (составляется примерно на 5 лет). Определив номенклатуру товаров, стороны указывают в письменных обязательствах их общее количество, подлежащих обмену. Эти письма не содержат условий по ценам и не дают прав и обязательств партнерам. Обычно конкретное количество взаимопоставляемых товаров определяется в ходе переговоров, проводимых в конце года, предшествующего году поставки. Цены на поставляемые товары могут согласовываться ежеквартально, раз в полугодие или раз в год. Письменные обязательства не требуют строгой взаимоувязки поставок и встречных закупок, но должны выполняться общие условия по выполнению годового объема продаж товаров в каждом направлении.

**Протокол о товарообмене** – служит для подписавших его сторон основой для достижения сбалансированного уровня взаимного товарообмена в течение строго определенного срока (минимум 3 года). При этом, в отличие от предыдущих пунктов, предусматривается последовательное расширение ассортимента продаж и закупок.

**Коммерческие сделки, предусматривающие участие продавца в реализации товаров.** Это самая распространенная группа операций, имеющая две разновидности:

- непосредственная закупка товаров для внутрифирменного использования либо для перепродажи третьей стороне;
- содействие экспортера в нахождении покупателя товаров импортера.

Принципиальное отличие такого рода сделок от бартера заключается в том, что при ней деньги используются как мера стоимости и средство платежа. Такие сделки могут оформляться юридически либо одним экспортным контрактом с указанием условий встречной торговли, либо двумя контрактами на первичный экспорт и встречный экспорт. В последнем случае в первом экспортном контракте содержится обязательство экспортера закупить у импортера товары на сумму, составляющую определенный процент от первоначальной поставки.

Существует множество разновидностей сделок этой группы, например, **компенсационные сделки**. Продавец соглашается получить оплату частично или полностью в виде поставок каких-либо товаров покупателя. Как правило, это оформляется одним контрактом. Такие сделки напоминают бартерные, но имеют некоторые существенные отличия. Во-первых, каждый партнер выставляет счет за свои поставки в денежной форме. Во-вторых, экспортер может поручить выполнение своих обязательств по встречному импорту третьей стороне.

**Компенсационные сделки на коммерческой основе** бывают кратко- и среднесрочными, и подразделяются на 3 типа: *краткосрочные компенсационные соглашения, встречные сделки и авансовые сделки*. Краткосрочные компенсационные соглашения делятся на: сделки с частичной компенсацией, полной компенсацией, и трехсторонней компенсацией. Сделки с частичной компенсацией предполагают покрытие определенной и согласованной доли экспорта с закупкой товара в стране-импортере, и остаток, выплачиваемый денежными средствами. Сделки с полной компенсацией предполагают закупку товаров на сумму, равную или превалирующую по стоимости поставке экспортера. Трехсторонние компенсационные сделки предполагают участие посредников: крупная фирма (А) поставляет товары партнеру (В), не имеющему для оплаты свободно обратимой валюты. Этот партнер поставляет товары в третью страну (С), обычно в клиринговой валюте, а их получатель переводит деньги выбранному посреднику. Получатель сам производит платеж в клиринговой валюте, вычитая свои комиссионные.

**Встречные закупки (встречные поставки)**. Под встречными закупками понимаются коммерческие сделки, заключенные в виде нескольких связанных контрактов. При этом экспортер соглашается в рамках своих договорных обязательств приобретать товары и услуги импортера, в пределах согласованных сумм своих поставок, или устроить закупку третьей стороной товаров импортера, составляющих определенный процент от его собственных поставок. От краткосрочных компенсационных сделок этот вид сделки отличается тем, что он основывается на двух или нескольких контрактах, в которых содержатся обязанности каждого партнера уплатить наличными за расходы. Обычно заключаются 3 контракта: 1) контракт купли-продажи между экспортером и импортером; 2) базовый, по которому экспортер обязуется закупить товары или услуги у импортера на определенную сумму; 3) контракт на индивидуальную покупку, совершающий встречную сделку.

Встречные закупки могут осуществляться разными способами.

**Параллельные сделки** – предполагается подписание двух отдельных контрактов: на первоначальный экспорт и на встречную ему закупку. Если связь между партнерами длительна, то эти два контракта связывает базовый, который фиксирует обязательства экспортера в течение данного периода осуществлять встречную закупку у импортера, но не содержит перечня товаров, не определяет количества, а только стоимость.

**Джентльменское соглашение** (сделка типа offset) – не содержит имеющего юридическую силу обязательства экспортера в отношении встречной закупки, хотя предполагается, что он согласится закупить товары у импортера. Такие сделки практикуются между развитыми странами, и в их основе лежат межправительственные закупки.

Сделки типа **switch (сделка с передачей финансовых обязательств)**, т. е. с передачей экспортером обязательств по встречным закупкам третьей стороне, обычно специализированной торговой фирме. Подобные операции являются дополнительными к любой форме внешнеэкономических связей, кроме бартера. Смысл этой операции в том, что они избавляют фирмы, берущие на себя обязательства по встречной закупке товаров, не соответствующих их основному производству, от необходимости создания специальных сбытовых подразделений.

**Авансовые закупки.** В этом случае первоначальные и встречные поставки как бы меняются местами, т. е. сторона, заинтересованная в продаже своих товаров определенному покупателю, сначала закупает какие-либо товары или услуги у него.

**Компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве.** Встречные поставки как составная часть промышленного сотрудничества, например, *компенсационные поставки (buy-bac)*. Экспортер поставляет оборудование на условиях кредита, причем оплата предоставляемых кредитов должна производиться после получения выручки от встречных поставок продукции. В рамках таких соглашений на условиях кредита импортируются машины, оборудование, материалы и некоторые другие виды товаров для строительства промышленных объектов. Впоследствии валютная выручка от экспорта части продукции этих предприятий служит источником погашения кредита.

К этой группе можно также отнести: *операции с давальческим сырьем*, т. е. переработку иностранного сырья с расчетами за работу

исходным сырьем или продуктами переработки. В результате неравномерного развития производительных сил разные страны обладают несимметричными мощностями по добыче и переработке сырья, что создаст предпосылки к заключению международных контрактов, по которым одна из сторон обязуется экспортировать исходное сырье и импортировать продукты переработки или готовую продукцию, другая – перерабатывать сырье, называемое давальческим, своими средствами. Оплата услуг перерабатывающих фирм по таким соглашениям осуществляется поставками дополнительного количества давальческого сырья.

## **Тема 4. ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ**

### **4.1. Форма внешнеторгового контракта купли-продажи товаров**

Контракт купли-продажи может быть заключен в письменной, устной, частично в письменной и частично в устной форме. Венская конвенция не требует, чтобы договор купли-продажи заключался или подтверждался обязательно в письменной форме. Он может доказываться любыми средствами, включая свидетельские показания (ст. 11). Однако законодательство некоторых стран (в том числе и Республики Беларусь) требует *обязательной письменной формы договора купли-продажи. В письменном виде должны вноситься и все изменения в контракт, направляться оферты, акцепты, запросы и иные предложения и ответы.* Этого положения следует придерживаться и в том случае, когда хотя бы одна из сторон имеет свое коммерческое предприятие в государстве, национальное законодательство которого предусматривает любое изменение договора или его прекращение в письменной форме.

Форма договора купли-продажи определяет момент, когда договор считается заключенным и для сторон сделки возникают взаимные права и обязанности. Этот момент, согласно законодательству большинства стран, совпадает с моментом подписания контракта, если в договоре не указан другой срок вступления соглашения в силу.

Право большинства стран – Италии, Германии, Франции и в том числе Республики Беларусь – предполагает, что *сделка считается совершенной в момент и в месте получения акцепта оферентом. В соответствии с Венской конвенцией оферта вступает в силу и тогда, когда она получена адресатом оферты (ст. 15).*

При устной форме сделки договор считается заключенным в момент, когда стороне, сделавшей предложение, станет известно о его принятии другой стороной.

**Контракт купли-продажи** – это документ, свидетельствующий о том, что одна сторона сделки (продавец) обязуется поставить товар в собственность другой стороне (покупателю), которая в свою очередь обязуется принять его и уплатить цену за товар.

**Основная обязанность продавца** при выполнении договора – поставить товар, передать относящиеся к нему документы и право собственности на товар в соответствии с требованиями соглашения.

**Основная обязанность покупателя** – принять товар и уплатить цену за него.

Контракт купли-продажи считается заключенным, если в нем даны юридические адреса сторон и он должным образом подписан.

Содержание контракта определяется сторонами сделки. Формулировки статей они выбирают самостоятельно в зависимости от предмета договора, торговых обычаев, наличия международных соглашений, а также от длительности знакомства.

Наиболее сложным содержанием отличается контракт на поставку машин и оборудования. В нем устанавливаются связи не только между экспортером и импортером, но и между фирмами-субпоставщиками, участвующими в комплектации поставки. Контракт включает обязательства по техническому обслуживанию, командированию специалистов поставщика, проведению испытаний, предоставлению проектной и технической документации.

Будучи индивидуальными по содержанию, контракты схожи по структуре. Каждому контракту присваивается индивидуальный номер. Текст его начинается с преамбулы, в которой указываются дата и место заключения договора, полное юридическое наименование сторон. Традиционно первым указывается наименование фирмы продавца, затем покупателя. После этого расположены разделы в следующей последовательности:

- *предмет контракта;*
- *качество товара;*
- *срок и дата поставки;*
- *базисные условия поставки;*
- *цена;*
- *условия платежа;*
- *упаковка и маркировка;*

- *порядок сдачи-приемки;*
- *условия о гарантиях;*
- *рекламации;*
- *штрафные санкции и возмещения убытков;*
- *обстоятельства непреодолимой силы;*
- *арбитражная оговорка;*
- *другие условия контракта;*
- *юридические адреса сторон;*
- *подписи продавца и покупателя.*

В международной торговой практике широко используются типовые контракты. *Типовой контракт* – это примерный договор или ряд унифицированных условий, изложенных в письменной форме, сформулированных заранее с учетом торговой практики или обыкновений, принятых договаривающимися сторонами после того, как они согласованы с требованиями конкретной сделки. Типовой контракт применим только к определенным товарам или определенным видам торговли. Типовой контракт может быть представлен в виде документа, который его участники могут использовать как сам договор, в том случае, если они его подпишут и заполнят те статьи, которые требуют согласования (например, наименование сторон, количество, качество, цена, срок и место поставки).

В практике торговли чаще встречается форма типового контракта, состоящая из двух частей: согласуемой и унифицированной (последняя – общие условия, которые остаются неизменными в каждом отдельном случае).

Типовые контракты, как правило, составляются на бланках типографским способом, причем на первом листе печатаются индивидуальные условия сделки, а на обороте или на остальных листах – общие условия.

Типовые контракты применяются чаще всего при заключении сделок:

- на стандартные виды машин и оборудования, потребительские товары;
- на промышленное сырье, поставляемое на долгосрочной основе;
- на массовые сырьевые и продовольственные товары, продаваемые на биржах.

Распространение типовых контрактов является результатом стремления к унификации условий международной торговли.



## 4.2. Виды контрактов международной купли-продажи

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

1. **Контракты разовые и с периодической поставкой** различаются в зависимости от характера поставки.

**Контракт с разовой поставкой**, обычно именуемый разовое соглашение, или разовая сделка, предусматривает поставку одной стороной другой стороне согласованного между ними количества товара к определенной установленной в контракте дате. После выполнения сторонами взятых на себя обязательств юридические отношения между ними прекращаются. Поставки товаров по таким сделкам производятся один или несколько раз в течение установленного срока. Разовые соглашения бывают двух типов: *с короткими сроками поставки* (на сырьевые товары) и *с длительными сроками поставки* (на комплектное и сложное оборудование, суда).

В разовых контрактах с коротким периодом поставки сроки могут устанавливаться конкретно (определенная дата или период) и неопределенно (немедленно после снятия урожая, после открытия навигации). Разовые контракты с длительным сроком исполнения (три–пять и более лет) получили широкое распространение в международной торговле комплектным оборудованием, самолетами, судами, судовыми установками и др.

**Контракт с периодической поставкой** предусматривает регулярную периодическую поставку согласованных в нем количеств товара на протяжении установленного срока. Этот срок может быть коротким (обычно годичным) и длительным, составляющим в среднем 5–10 лет, а иногда и 15–20 лет. Контракты с короткими сроками называются *краткосрочными* или *годичными*. Контракты с длительными сроками называются *долгосрочными*.

Долгосрочные контракты заключаются, как правило, на поставку промышленного сырья и полуфабрикатов. Чаще всего это уголь, нефть и нефтепродукты, природный газ, руды, целлюлоза, газетная бумага и другие товары.

2. **Контракты с оплатой в денежной, товарной или смешанной форме.** В зависимости от формы оплаты за товар различают контракты с оплатой в денежной форме и контракты с оплатой в товарной форме полностью или частично.

*Контракты с оплатой в денежной форме* предусматривают расчеты в определенной согласованной сторонами валюте с применением обусловленных в контракте способов платежа и формы расчета.

*В контрактах с оплатой в товарной форме* продажа одного или нескольких товаров одновременно увязывается с покупкой другого товара и расчеты в иностранной валюте не производятся. К таким контрактам относятся товарообменные и компенсационные соглашения.

### **4.3. Структура контракта международной купли-продажи товаров и его содержание**

Текст контракта начинается с вводной части или преамбулы, в которой дается полное юридическое наименование сторон, участвующих в его заключении.

Вводная часть контракта предшествует тексту договора и имеет обычно такое содержание: номер контракта, место и дату заключения, определение сторон, совершающих сделку.

В разделе «Предмет контракта» указываются наименование и количество поставляемого товара в принятых единицах измерения.

Если предметом сделки выступают машины и оборудование, то в этом разделе обычно указывают лишь наименование и основные характеристики оборудования, а развернутые технические данные выносятся в приложение к контракту.

Количество товара, подлежащего поставке, может быть определено твердой фиксированной цифрой либо в установленных пределах.

Указывая единицу измерения поставляемого товара, стороны должны учитывать существующие различия в системе мер и весов.

#### **Качество товара**

В разделе «Качество товара» указывается способ определения качества, а также документы, подтверждающие его.

В международной торговой практике наиболее часто предусматривается соответствие качества:

- стандартам;
- техническим условиям;
- образцам.

При договоренности сторон о соответствии качества товара определенному **стандарту** могут быть использованы как национальные стандарты, так и международные. Покупателю при заключении договора следует подробно оговаривать качественные характеристики поставляемого товара.

**Технические условия** оговариваются в тех случаях, когда производство и эксплуатация товара предполагают установление специальных требований к его качеству. Они используются главным образом при купле-продаже машин, оборудования. Технические условия оформляются в виде приложения к контракту.

Использование **образцов** предполагает соответствие качества товара определенному эталону. В международной практике принято отбирать три образца, один из них предназначается покупателю, другой – продавцу, третий – какой-либо предусмотренной в договоре нейтральной организации (в частности, Торговой палате). Одновременно контрагенты оговаривают порядок проверки соответствия поставленных товаров образцам.

В ряде случаев качество определяется по **содержанию определенных веществ в товаре** (например, марганца в руде) или по **выходу готового продукта из товара** (например, пряжи из шерсти). Отдельные товары продаются по **описанию** (в частности, подержанные автомобили). Качество других товаров (например, реализуемых с аукциона или со склада) определяется по **предварительному Смотру**.

Для определения качества в контракте часто предусматривается применение двух или нескольких способов либо одного способа и характеристик (размеров семян, соли; показателей окраски хлопка, сахара и т. д.).

При отсутствии в контракте каких-либо определенных требований к качеству товара он должен отвечать, согласно обычаем, **«обычному среднему качеству»**.

Основным документом, подтверждающим качество товара, является **сертификат качества**. Он может выдаваться изготовителем, продавцом или специальной организацией, в частности, торгово-промышленной палатой (ТПП).

Вторым документом, свидетельствующим о качестве поставляемого по договору товара, является **санитарно-ветеринарное свидетельство**. Оно удостоверяет, что поставляемый за границу товар находится в здоровом состоянии.

### **Срок и дата поставки**

**Срок поставки** согласовывается сторонами и предусматривает временной период, в течение которого продавец обязан передать товар покупателю. Согласно Конвенции ООН (ст. 33), продавец должен поставить товар:

а) в **определенную дату**, если договор устанавливает или позволяет определить точную дату поставки;

б) *в течение периода*, если договор устанавливает или позволяет определить период для поставки;

в) в любом другом случае – в разумный срок после заключения договора.

В коммерческой практике сроки поставки чаще всего устанавливаются в течение определенного периода. Конкретная календарная дата фиксируется довольно редко.

В некоторых случаях применяется принятый в торговле термин «*немедленная поставка*» или «*со склада*».

Кроме сроков поставки в контракт купли-продажи во многих случаях вносится оговорка о *дате поставки*. Дата поставки определяет момент передачи товара в распоряжение покупателя. Это может быть:

- дата, указанная на транспортном документе, свидетельствующая о принятии груза к перевозке;
- дата складского свидетельства;
- дата подписания приемо-сдаточного акта представителями продавца и покупателя.

### **Цена**

В разделе «Цена» контракта купли-продажи содержится информация о цене единицы товара и стоимости всей поставки; базисе цены; методе определения цен и моменте их фиксации; валюте цены.

Выбор единицы измерения, на которую устанавливается цена, зависит от характера товара и сложившейся практики торговли данным товаром. Как правило, цена устанавливается на количественную или весовую единицу.

В зависимости от метода определения цены подразделяются на:

- твердые;
- скользящие;
- подвижные;
- с последующей фиксацией.

*Твердые цены* устанавливаются при заключении сделки и не подлежат в дальнейшем каким-либо изменениям.

*Скользящая цена* устанавливается в момент подписания контракта и корректируется в случае изменений издержек производства в период исполнения договора.

*Подвижная цена* фиксируется в момент подписания контракта, в дальнейшем может быть пересмотрена в зависимости от изменения рыночных цен на данный товар. При ее использовании в контракте

обязательно указывается источник, по которому можно судить об изменении рыночных цен. Оговаривается предел (2–6 %), в рамках которого не производится пересмотр зафиксированной цены.

*Цены с последующей фиксацией* не оговариваются в момент подписания контракта. В этом случае в договоре регламентируется порядок их исчисления к моменту платежа.

### **Условия платежа**

Условия платежа предполагают установление валюты платежа, места и срока платежа, определение порядка расчетов, оговорок, направленных на уменьшение или устранение валютного риска.

Валюта платежа может быть валютой страны экспортера, импортера или какой-либо третьей страны. Возможно, что она будет не совпадать с валютой цены товара. В этом случае в контракте указывается курс, по которому валюта цены будет переведена в валюту платежа.

Место платежа определяется по согласованию сторон.

Срок платежа также обычно конкретно устанавливается в контракте и зависит от договоренности сторон и от принятых в международной практике торговых обычаев. Если по какой-либо причине стороны не установили в контракте сроки платежа, то, согласно Конвенции ООН, покупатель должен уплатить цену, когда продавец передаст ему либо сам товар, либо товарораспорядительные документы (ст. 58).

В практике международной торговли существует несколько способов платежа: наличный, в кредит, а также их сочетание. Если продавец не уверен в платежеспособности покупателя, то он стремится включить в договор условие об авансе, т. е. предоплате, размер которого обычно не превышает 15 %.

Платеж наличными предполагает оплату товара полностью в период от его готовности для экспорта до момента перехода товара или товарных документов в распоряжение покупателя. Наличными формами расчета являются чековая, аккредитивная, инкассовая, расчет путем телеграфных и почтовых переводов, по открытому счету.

Наиболее часто при выполнении расчетов по международным торговым сделкам используется документарный аккредитив и документарное инкассо.

### **Упаковка и маркировка**

В международной торговле упаковка и маркировка товара выполняет различные функции: рекламную, сохранности товаров при транспортировке и перегрузке, обеспечение оптимальной заполняемости транспортного средства, информационную и т. п.

В разделе «Упаковка» указываются вид и характеристика упаковки, ее качество, размеры, способ оплаты, нанесение на упаковку каждого места маркировки.

Вид упаковки зависит от особенностей товара. Различают упаковку внешнюю (ящики, коробки, контейнеры и др.) и внутреннюю, неотделимую от товара. В контракте обычно определяют вид и размеры только внешней упаковки.

Маркировка грузов обычно предполагает указание реквизитов экспортера и импортера, номера контракта, места назначения, характеристик веса и габаритов места, номера места и числа мест в партии, специальных обозначений («осторожно хрупкое», «вверх не кантовать», «центр тяжести»).

### **Сдача-приемка товара**

Под сдачей-приемкой товара понимается передача товара продавцом в распоряжение покупателя в соответствии с условиями контракта купли-продажи.

В отношении сдачи-приемки в контракте согласуются вид, место и срок сдачи-приемки, порядок приемки товара по количеству и качеству и кто ее производит.

По видам сдача-приемка подразделяется на предварительную и окончательную. *Предварительная* приемка производится на предприятии продавца и имеет целью установить соответствие товара, его упаковки и маркировки условиям договора. *Окончательная* сдача-приемка устанавливает фактическое выполнение поставки по количеству и качеству в согласованном месте и в определенный срок.

Место фактической сдачи-приемки определяется в соответствии с базисными условиями поставки и может быть выбрано как в стране продавца, так и покупателя.

В контракте устанавливается, на основании каких документов будет производиться приемка товара по количеству и качеству. По количеству она производится, как правило, согласно договору, спецификации, транспортной накладной и упаковочному листу, по качеству – согласно сертификату качества и способу определения качества товара, согласованного в контракте.

Приемка товара по качеству может осуществляться путем анализа, сличения образцов, осмотра товара, проведения испытаний и т. п. При этом в международной практике используются два основных метода проверки поставленного товара: выборочный или всей партии. При выборочном методе в контракте устанавливается доля или количество единиц от всей партии товара, подлежащих проверке.

Вопрос о том, кто будет производить сдачу-приемку товара, определяется в контракте по договоренности сторон. Это могут быть сами экспортер и импортер, их представители или какая-либо компетентная независимая организация.

### **Гарантии**

При поставках машин, оборудования, техники в контрактах содержится условие о гарантийном обслуживании. Стороны согласуют объем гарантии, гарантийный срок, обязанности продавца в течение гарантийного периода.

В разделе «Гарантии» также перечисляются все случаи, на которые гарантии не распространяются (например, на быстро изнашивающиеся детали и запасные части, на повреждения из-за чрезмерной нагрузки, небрежного хранения или неправильного обслуживания и т. п.).

Если по договоренности сторон гарантийное обслуживание производится силами покупателя, продавец обязан возместить ему расходы.

**Рекламации** – это претензии, предъявляемые покупателем к продавцу в связи с несоответствием количества и качества поставленного товара условиям контракта.

Предъявление покупателем рекламаций не является основанием для отказа от поставки.

Стороны устанавливают в контракте порядок и сроки предъявления рекламации, перечень и виды представляемых при этом документов, обязанности и права сторон в связи с предъявлением рекламации, возможные способы урегулирования рекламации, сроки ответа на полученные претензии.

В контракте могут быть предусмотрены различного рода **штрафные санкции** в виде пени, неустойки, штрафов, уплачиваемых продавцом или покупателем за невыполнение своих обязательств по договору.

Уплата неустойки за просрочку поставки товара – наиболее распространенный вид санкции. Размер неустойки, как правило, устанавливается в виде процента от стоимости поставляемого товара. Ее величина возрастает в зависимости от длительности просрочки.

Кроме неустойки в контракте может предусматриваться право сторон на взыскание убытков.

В некоторых случаях в договоры включается условие о праве импортера аннулировать контракт полностью или частично без возмещения продавцу каких-либо расходов, если просрочка поставки будет длительной. При этом покупатель, согласно законодательству Республики Беларусь, вправе требовать возмещения убытков.

В ходе исполнения контракта могут возникнуть обстоятельства, препятствующие исполнению договора, которые невозможно было предвидеть и предусмотреть при его подписании. Такие обстоятельства называются *непредвиденными* или **форс-мажорными**. Поэтому почти все контракты купли-продажи содержат условие, разрешающее переносить срок исполнения договора или освобождать стороны от полного или частичного выполнения обязательств по договору в случае наступления после заключения контракта форс-мажорных обстоятельств.

К непредвиденным обстоятельствам относятся как различного рода стихийные бедствия (землетрясения, наводнения, пожары, ураганы), так и различные политические или торгово-политические действия (война, блокада, запрет экспорта и импорта).

В контрактах предусматриваются конкретный перечень таких обстоятельств и порядок действия сторон при их наступлении.

Сторона, для которой возникли форс-мажорные обстоятельства, должна немедленно в письменной форме известить другую сторону как о наступлении, так и о прекращении действия этих обстоятельств. В контракте также указывается название организации (обычно, это ТПП), которая будет свидетельствовать о наступлении и продолжительности действия непредвиденных обстоятельств путем выдачи соответствующих документов.

#### **Арбитражная оговорка**

В этом разделе контракта определяется порядок разрешения споров, которые могут возникнуть в ходе выполнения условий договора, и наименование суда, где предполагается рассмотрение возможных разногласий.

При возникновении споров и разногласий стороны стремятся разрешить их путем переговоров.

В случае, если экспортер и импортер не могут прийти к соглашению, они обращаются в суд или арбитраж.

#### **Другие условия контрактов**

Они отличаются большим разнообразием и определяются потребностью сторон согласовать их.

Наиболее часто встречаются следующие дополнения к контракту:

- положение о том, что приложения к контракту являются его неотъемлемой частью;
- условие о том, что все изменения и дополнения к контракту являются действительными только в том случае, если они совершены в письменной форме;



- порядок прекращения контракта;
- порядок и сроки предъявления и рассмотрения претензий.

Текст контракта заканчивается указанием юридических адресов сторон и подписями продавца и покупателя.

#### **4.4. Толкование базисных условий поставки в «Инкотермс»**

Расходы по поставке, которые несет продавец, включаются в цену товара и определяют ее базис. Отсюда название условий поставки – базисные.

**Базисными условиями поставки** называют специальные условия, которые определяют обязанности продавца и покупателя по доставке товара и устанавливают момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя.

Международным признанным документом, содержащим толкование базисных условий поставки, является *Инкотермс* – «*Международные коммерческие термины*» (англ. Incoterms), разработанный Международной торговой палатой. Инкотермс четко и просто распределяет обязанности продавца и покупателя при различных вариантах условий поставки и определяет момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара в пути с продавца на покупателя. Толкование терминов Инкотермс соответствует наиболее распространенным торговым обычаям и международным правилам торговли. Согласно Инкотермс, продавец несет все расходы по доставке товара до пункта, указанного за названием термина. Расходы продавца по поставке заканчиваются при передаче товара покупателю в указанном пункте.

Момент наступления обязательств покупателя по поставке и момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя могут не совпадать. Например, поставка СИФ (CIF) предполагает, что продавец несет затраты по транспортировке до порта назначения, риски же переходят на покупателя в порту отгрузки после пересечения товаром поручней судна.

В Инкотермс не содержится положений о моменте перехода к покупателю права собственности на товар. Между моментами перехода на покупателя риска случайной гибели или повреждения товара и права собственности нет «жесткой» связи. Данный вопрос разрешается национальным законодательством.

Инкотермс носит рекомендательный характер и объем его использования зависит от договаривающихся сторон. В некоторых

странах этому документу придана законодательная сила, например, в Испании применительно к импортным сделкам и в Ираке в отношении всех внешнеторговых сделок.

Первая редакция Инкотермс была опубликована Международной торговой палатой в 1936 г. Документ содержит четыре группы терминов при общем их количестве – 13.

*Группа E* включает один термин – Ex works – продавец передает товары покупателю непосредственно в своих помещениях.

*Группа F* содержит три термина – FCA, FAS и FOB – продавец обязуется предоставить товар в распоряжение перевозчика, который обеспечивается покупателем. Риск случайной гибели или повреждения товара и дополнительные расходы, возникающие после передачи товара перевозчику, возлагаются на покупателя.

В *группу C* входят четыре термина – CFR, CIF, CPT, CIP – продавец обязуется заключить договор перевозки, однако без принятия на себя риска гибели или повреждения товара в пути и каких-либо дополнительных расходов после погрузки товара.

*Группа D* включает пять терминов – DAF, DES, DEQ, DDU, DDP – и предоставляет договоры доставки.

Международные правила Инкотермс используются коммерсантами всех стран мира при транспортировке грузов различными видами транспорта: морским, железнодорожным, авиа, автомобильным, речным, при смешанных перевозках.

#### **4.5. Правовые основы международной контрактной политики**

Правовую основу контрактной политики составляют три уровня правовых норм (в порядке убывания значимости: нормы международного права (международные договоры и соглашения), нормы наднационального права (например, право стран-членов Европейского Союза) и нормы национального договорного права. В случае противоречия норм одного правового уровня приоритет имеют нормы более высокого уровня, таким образом, международные соглашения имеют приоритет по сравнению с национальными.

Основной тенденцией на современном этапе развития международной торговли является стандартизация ее условий. Большую роль в гармонизации и унификации правил международной торговли играют такие организации, как Комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ), Международный институт по унификации

частного права (УНИДРУА) и Международная торговая палата (МТП).

Унификация права международной торговли осуществляется по некоторым основным направлениям.

### **1. Общие правила и условия международных договоров:**

- Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров 1980 г. (Венская конвенция).
- Гаагская конвенция 1964 г. о единообразном законе международной купли-продажи товаров.
- Общие условия поставок (ОУП).
- ОУП стран СНГ.
- Типовые контракты для различных видов торговых сделок (их более 30 и разрабатываются они Европейской экономической комиссией ООН).

### **2. Транспортировка товаров и грузовые перевозки:**

- Международные правила толкования торговых терминов (INCOTERMS) МТП.
- Конвенция ООН о морской перевозке грузов 1978 г. (Гамбургские правила).
- Конвенция ООН о международной смешанной перевозке грузов 1980 г.
- Унифицированные правила для смешанного транспортного документа МТП 1975 г.
- Женевская конвенция о договоре международной перевозки грузов автомобильным транспортом 1956 г.
- Международная конвенция о перевозке товаров по железной дороге 1961 г.

### **3. Таможенное регулирование:**

- Всемирная торговая организация регулирует таможенные отношения между государствами и относится к области международного экономического (публичного права), а не к нормам частного права. Однако в случае дискриминации отдельные экспортеры могут обратиться к процедуре разрешения споров ВТО.
- Двусторонние договоры о таможенном регулировании между странами.

### **4. Способы расчетов в международной торговле:**

- Женевские конвенции об унификации права, относящегося к векселям 1930 г.

- Конвенция ООН о международных переводных векселях международных простых векселях (Нью-Йорк, 1988 г.).
- Женевские конвенции об унификации права, относящегося к чекам 1931 г.
- Правовое руководство по электронному переводу средств ЮНСИТРАЛ 1987 г.

#### **5. Разрешение споров по контрактам международной торговли:**

- Гагская конвенция о праве, применимом к договорам международной купли-продажи товаров 1986 г.
- Европейская конвенция о внешнеторговом арбитраже 1961 г.
- Нью-Йоркская конвенция о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений 1958 г.
- Нью-Йоркская конвенция об исковой давности в международной купле-продаже товаров 1974 г.
- Арбитражный регламент ЮНСИТРАЛ 1976 г.

### **Тема 5. СПОСОБЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СДЕЛОК**

#### **5.1. Понятие способов обеспечения исполнения обязательств**

Основой международной коммерческой практики являются разнообразные внешнеторговые операции. В процессе их исполнения возможно возникновение различных трудностей, связанных с неплатежеспособностью должника или его неспособностью оплатить все свои обязательства, просрочкой поставки, значительными колебаниями валютного курса и другими обстоятельствами. Успешное выполнение контрактов зависит от степени защищенности прав и интересов сторон. Поэтому важно, особенно для кредитора, предусмотреть способы обеспечения исполнения предстоящих сделок и включить их в условия внешнеторговых контрактов.

Под способами обеспечения исполнения обязательств понимается конкретный источник погашения имеющегося долга и юридическое оформление права кредитора на его использование.

Обеспечение исполнения обязательств предусмотрено правом многих зарубежных стран: Великобритании, США, Франции, ФРГ, Швейцарии и др., различными международными конвенциями и договорами (например, Унифицированными правилами по договорным

гарантиям). В Республике Беларусь данные способы рассматриваются Гражданским кодексом, законами «О залоге», «О страховании» и др. При выборе способа обеспечения исполнения обязательств важно предусмотреть, право какой страны будет применяться для разрешения разногласий, что следует из особенностей заключения сделки (место заключения договора, его форма, стороны и др.). Необходимо иметь в виду, что некоторые способы обеспечения обязательств сделок регулируются правом той страны, где они оформляются.

Наибольшее распространение в международной коммерческой Практике получили следующие способы обеспечения исполнения обязательств: неустойка; залог; поручительство; страхование риска непогашения кредита; уступка права требования и перевода долга; факторинг и форфейтинг; оговорки в контрактах о резервировании права собственности, о задатке и авансе, о форме расчета; страхование валютных рисков; принудительный порядок выполнения обязательств.

## 5.2. Неустойка. Залог

**Неустойка** (штраф, пеня) – это определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения (например, при просрочке исполнения) обязательства.

Неустойка может быть установлена как в процентном отношении к сумме обязательств, так и в твердой сумме. Так, пеня начисляется по дням или неделям: например, 1 % от просроченного платежа за каждый день просрочки поставки (платежа).

Неустойка применима лишь к действительным требованиям, т. е. к таким, которые уже возникли и не противоречат действующему законодательству. Соглашение о неустойке должно быть в письменной форме, устное не имеет силы.

При неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств возникает вопрос о соотношении неустойки и убытков. Законом или договором предусматриваются случаи: когда взыскивается только неустойка, но не убытки; когда убытки могут быть взысканы в полной сумме сверх неустойки; когда по выбору кредитора могут быть взысканы либо неустойка, либо убытки. Уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают должника от исполнения договора (ГК РБ).

Неустойка может быть нормативной, зачетной (кумулятивной), исключительной, штрафной и альтернативной.

Нормативная неустойка – это неустойка, предусмотренная законом или подзаконным актом. Она отличается от договорной, которая устанавливается сторонами договора.

Зачетная неустойка (кумулятивная) предусматривает зачет убытков в сумму неустойки и право требовать исполнения договора. Сумма подлежащей взысканию неустойки компенсирует убытки полностью или частично.

При исключительной неустойке взыскивается штраф или пеня, а убытки не возмещаются.

Альтернативной неустойка признается тогда, когда потерпевшая от нарушения договора сторона вправе выбрать между возмещением ущерба и взысканием неустойки.

В правовых системах большинства зарубежных стран неустойка носит альтернативный характер. Однако если она установлена на случай ненадлежащего исполнения обязательств (например, при просрочке поставки), а не на случай неисполнения обязательств, то является кумулятивной.

**Залог** – это способ обеспечения исполнения обязательств, при котором кредитор (залогодержатель) имеет право получить удовлетворение своего требования из стоимости заложенного имущества в случае невыполнения должником (залогодателем) обеспеченного залогом обязательства.

Предметом залога может быть любое имущество – предприятие, здание, сооружение, оборудование, ценные бумаги, денежные средства и другое имущество, а также имущественные права.

Право залога достаточно подробно регламентируется во всех законодательных национальных системах зарубежных стран. Залог рассматривается как один из основных способов обеспечения исполнения обязательств. Залогом обеспечиваются только действительные требования, в частности, вытекающие из договоров займа, купли-продажи, имущественного найма и др. В случае неуплаты долга залогодержатель реализует предмет залога и за счет вырученных средств покрывает свои требования к должнику.

Залогодателем имущества может быть только лицо, которому предмет залога принадлежит или будет принадлежать на праве собственности.

Договор о залоге должен заключаться в письменной форме. В Законе Республики Беларусь «О залоге» предусмотрены следующие виды залога:

– залог, при котором предмет залога остается у залогодателя, – это залог имущества, переданного залогодателем во временное владение и пользование третьему лицу. Предметом залога, который остается у залогодателя, могут быть квартиры, в том числе и в многоквартирном доме, транспортные средства и другое имущество;

– ипотека – залог земли и недвижимого имущества, непосредственно связанного с землей. Земельные участки, находящиеся в частной собственности, могут быть предметом залога только в качестве материального обеспечения своевременного возврата банковского кредита;

– залог товара в обороте, при котором предметом залога являются товары определенной стоимости, включая сырье, полуфабрикаты, комплектующие изделия и готовую продукцию. При этом залогодатель имеет право заменить предмет залога, но общая стоимость товаров не должна быть меньше, чем определенная в договоре о залоге. Залог товаров может осуществляться путем передачи залогодержателю товаросопроводительных документов;

– заклад – это вид залога, по условиям которого заложенное имущество передается залогодержателю во владение (но не использование или распоряжение). В случае твердого залога по договоренности залогодержателя и залогодателя предмет залога может быть оставлен у залогодателя под замком и печатью залогодержателя;

– залог прав и ценных бумаг предполагает определение их стоимости соглашением сторон, если иное не следует из законодательного акта либо характера самого права. Срочное право может быть предметом залога только до окончания срока его действия. По договоренности сторон заложенные ценные бумаги могут быть переданы на хранение в депозит нотариальной конторы или банка.

### **5.3. Понятие поручительства**

По договору поручительства поручитель обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение должником своего обязательства полностью или в части (ГК РФ).

Договор поручительства заключается в письменной форме и обеспечивает только действительное требование. Особенно часто он оформляется при различного рода кредитных операциях в качестве средства обеспечения платежеспособности должника.

Поручитель отвечает в том же объеме, что и должник. Его ответственность включает в себя уплату процентов, возмещение убыт-

ков, неустойку. Обязательство поручителя может быть меньшим по объему или менее обременительным, чем обязательство главного должника, но не большим.

Различают простое поручительство и солидарное. При простом поручительстве поручитель имеет право требовать в случае предъявления к нему требования кредитором, чтобы он первоначально обратился к главному должнику за взысканием долга, а затем, при невозможности взыскания долга с главного должника, – к поручителю.

При солидарном поручительстве в случае неисполнения обязательства должника кредитор вправе требовать его исполнения сразу у поручителя или у обоих одновременно.

К поручителю, исполнившему обязательство, переходят все права кредитора. Каждый поручитель имеет право обратного требования к должнику в размере суммы, уплаченной этим поручителем. Кредитор обязан передать поручителю документы, удостоверяющие требование к должнику, а также права, его обеспечивающие.

Основным видом поручительства, которое применяется в мировой коммерческой практике, является гарантия. Выделяют следующие основные виды гарантий: банковскую, фирменную, личную и правительственную.

*Банковская гарантия* представляет собой поручительство банка, принимаемое по отношению к какому-либо лицу (бенефициару) по поручению другого лица (принципала), в обеспечение выполнения последним своих обязательств.

Банковские гарантии бывают безусловные и условные. Безусловная гарантия предполагает, что поручитель выполняет свои обязательства перед бенефициаром по его первому простому требованию, даже если оно ничем не обусловлено и не подтверждено предоставлением дополнительных документов. Реализация условной гарантии зависит от выполнения бенефициаром определенных условий, более или менее выгодных для него, например, указание бенефициаром причины заявления своего требования по гарантии; или подтверждение требования бенефициара в счет гарантии специальным документом полномочного третьего лица (например, торгово-промышленной палаты или арбитража), свидетельствующим о невыполнении принципалом своих обязательств и др.

*Фирменная гарантия* является достаточно надежным способом обеспечения платежа. Она выдается солидными фирмами, имеющими хорошую, стабильную финансовую репутацию, и в дальнейшем подтверждается банком.



*Личная гарантия* оформляется как поручительство конкретного лица, имеющего дорогостоящее имущество или счет в банке и хорошо известного в деловых кругах.

*Правительственная гарантия* является особым видом поручительства и обеспечивает погашение кредитов, предоставленных государству на основе межправительственных кредитных соглашений. Такие гарантии выдаются от имени правительства страны, например, в Республике Беларусь они выдаются Советом Министров.

#### **5.4. Страхование риска непогашения кредита**

Договоры страхования риска неисполнения обязательств регулируются главой 11 Закона Республики Беларусь «О страховании».

По Договору страхования страховщик (страховое общество) за определенную денежную сумму (страховую премию), уплачиваемую страхователем, принимает на себя риск в отношении тех последствий, которые могут наступить для имущества страхователя при наступлении предусмотренного в договоре страхового случая.

Основным видом страхования в коммерческой практике является страхование экспортных кредитов. Сущность его заключается в том, что страховая организация принимает на себя определенную долю риска, связанную с возможностью невозврата кредита.

В страховом полисе указана точная сумма, на которую застрахован кредит, срок кредитования и доля риска, принимаемая на себя страховщиком. Размер возмещения, который страховщик обязуется выплатить страхователю, обычно составляет от 60 до 85 % суммы непогашенного заемщиком кредита, т. е. часть риска остается незастрахованной, с целью повышения ответственности экспортера и банка в процессе оформления выдачи кредита и дальнейшего контроля за финансово-хозяйственной деятельностью должника.

Размер страховой премии зависит от ряда факторов:

- объема страховых операций и степени риска страховщика;
- срока кредитования заемщика;
- формы кредита;
- суммы кредита и величины процентной ставки;
- положения экспортера в коммерческой среде;
- экономического состояния страны импортера.

Шкала премиальных ставок по страхованию кредита значительно колеблется и может составлять от 4 % до 10 % застрахованной суммы.

Страхование риска непогашения кредита солидными страховыми компаниями является надежным, но дорогостоящим способом обеспечения исполнения обязательств. В то же время отказ от страхования может явиться непреодолимым препятствием для кредитования клиента и заключения самой торговой сделки.

### 5.5. Виды уступок права требования

Уступка требования кредитором другому лицу предусмотрена ГК РФ. К приобретателю требования переходят права, обеспечивающие исполнение обязательства. Кредитор, уступивший требование другому лицу, обязан передать ему документы, удостоверяющие право требования. При этом первоначальный кредитор отвечает перед новым кредитором за недействительность переданного ему требования, но не отвечает за неисполнение этого требования должником, за исключением случаев, когда первоначальный кредитор выступает поручителем должника перед новым кредитором.

Перевод должником своего долга на другое лицо допускается лишь с согласия кредитора. Новый должник вправе выдвигать против требования кредитора все возражения, которые были у прежнего должника.

По законодательству зарубежных стран (Германии, США, Великобритании и др.) уступка требования трактуется как цессия и означает договор, по которому кредитор (цедент) передает свое право требования к должнику третьему лицу (цессионарию). Цессия обычно связана с реализацией договоров купли-продажи.

Для передачи права требования согласия должника не требуется, достаточно соглашения между цедентом и цессионарием. Для должника цессия становится действительной с момента уведомления его о том, что она состоялась.

**Факторинг** (от англ. factor – агент, посредник) – это передача денежных требований поставщика к покупателю банку или специализированной факторинговой компании за определенное вознаграждение.

Суть факторинга состоит в том, что банк или факторинговая компания (фактор-фирма) покупает у своих клиентов-экспортеров их платежные требования к импортерам, немедленно оплачивает поставщикам 80–90 % стоимости сделки, а оставшуюся часть – в строго определенные сроки независимо от поступления платежа от покупателя. Возможный риск неплатежа со стороны покупателя переходит к фактор-фирме.

Для поставщика факторинг дает ряд преимуществ: ускоряет поступление средств за экспортируемый товар, освобождает от риска неплатежа, позволяет экономить на административных и бухгалтерских расходах.

Комиссия взимается как плата за управление при факторинговом обслуживании. Размер ее в большинстве стран колеблется в пределах 0,5–3 %. Он зависит от годового оборота поставщика, структуры сбыта, объема работы факторинговой компании, степени кредитного риска, конъюнктуры рынка.

Форфейтинг – новая форма обеспечения платежа. Название его происходит от французского «а forfait», что означает отказ от права.

**Форфейтинг** – это передача от поставщика банку или специализированной компании (форфетеру) денежных требований к покупателю путем продажи векселей или других долговых требований.

При этой сделке форфетер берет на себя риск возможного неплатежа импортера без права регресса (возврата) документов и обязательств экспортеру. Он приобретает долговые требования за вычетом процентов за весь срок, на который они выписаны. Форфейтинговая фирма может хранить документы у себя, либо же перепродать их другой аналогичной фирме.

Для экспортера форфейтинг предоставляет ряд преимуществ:

- значительно ускоряет поступление средств за экспортируемый товар, а следовательно, и оборот капитала;
- освобождает от риска неплатежа и от валютного риска;
- улучшает баланс предприятия;
- освобождает от рисков, связанных с колебанием процентных ставок.

Недостаток форфейтинга для экспортера – значительные расходы при передаче долговых требований и рисков форфетеру.

## **5.6. Резервирование права собственности**

Оговорка о **резервировании права собственности** может включаться в контракт при продаже товаров в кредит. Суть ее заключается в том, что право собственности на проданный товар сохраняется за продавцом до момента поступления от покупателя последнего платежа. Риск же случайной гибели или повреждения товара находится за покупателем с момента передачи ему товара. О резервировании права собственности должно быть известно третьим лицам.

Данный способ обеспечения исполнения обязательств предусмотрен в праве многих стран: Германии, Великобритании, Франции,

Японии, Италии и др. Распространяется он только на движимое имущество.

**Задаток** – денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счет причитающихся с нее по договору платежей другой стороне, в доказательство заключения договора и в обеспечение его исполнения. Чаще всего задаток используется при совершении сделок купли-продажи, подряда, имущественного найма, широко используется при проведении торгов. Соглашение о задатке должно иметь письменную форму.

**Аванс** – это полный или частичный платеж, который передается одной стороной в счет причитающихся с нее платежей другой стороне. Он может иметь как денежную, так и товарную форму. Отличить задаток от аванса весьма трудно, поэтому в контракте следует четко трактовать само понятие и оговорить последствия на случай нарушения какой-либо из сторон обязательств по контракту.

Наиболее надежными для экспортера формами расчета являются: платеж до отгрузки товара, безотзывный подтвержденный аккредитив.

Платеж до отгрузки товара является для экспортера самым надежным способом обеспечения платежа: продавец отгружает покупателю товар только после получения от него оплаты за подлежащий поставке товар.

Безотзывный аккредитив – это твердое обязательство банка импортера (банка-эмитента) о выполнении платежа в пользу экспортера (бенефициара), которое не может быть изменено или аннулировано. Безотзывно-подтвержденный аккредитив – это подтвержденный безотзывный аккредитив банка-эмитента другим банком. Он представляет собой твердое обязательство подтверждающего банка в дополнение к обязательству банка импортера и является весьма надежным способом обеспечения платежа в пользу экспортера.

## **Тема 6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОПЕРАЦИИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ УСЛУГ**

### **6.1. Услуги на мировом рынке**

В последние годы отрасли услуг составляют все более значительную часть экономики большинства стран и приобретают международный характер. К числу стран с наибольшим числом международных позиций в отраслях услуг относятся США, Англия и Швейцария, а среди развивающихся стран – Сингапур, Мексика,

Республика Корея. Однако различные страны значительно отличаются друг от друга по видам и характеру предоставляемых услуг. Так, швейцарские фирмы сильны в банковском деле, торговле, организации материально-технического обеспечения, консалтинге и обучении. Английские фирмы занимают прочные позиции в страховании, аукционной торговле, управлении денежными операциями и в различных областях консультационных услуг. Сингапурские фирмы сильны в судоремонте, обслуживании авиалиний, портов и терминалов. Американским фирмам принадлежит лидерство в управлении гостиничным хозяйством, в бухгалтерском учете и в рекламе.

Оценить реально широту и разнообразие международного рынка услуг достаточно сложно. Во-первых, не существует общепринятой систематизации услуг. Во-вторых, многие международные сделки в сфере сервиса остаются неучтенными, поскольку при этом не происходит перемещения товаров через границу, которые можно было бы осмотреть и учесть. В-третьих, сделки, касающиеся одновременно товаров и услуг, обычно целиком относятся к товарным. В-четвертых, большой объем деятельности сервисных фирм осуществляется через их зарубежные филиалы.

Стремительный рост объема и перечня оказываемых услуг обусловлен рядом следующих факторов:

- растущей потребностью в услугах, многие из которых становятся все более разнообразными, сложными и высокими по качеству;
- трансформацией услуг, ранее выполнявшихся на предприятии: фирмы и частные лица все чаще нанимают специалистов для оказания услуг, которые прежде они делали сами;
- приватизацией сектора государственных услуг.

Важной причиной роста рынка услуг является развитие информации. Сервисные фирмы все больше используют компьютеры и компьютерные программы для выполнения своих функций.

Термин *услуги* охватывает широкий круг отраслей, которые выполняют различные функции для их покупателей, но не включают или включают случайно продажу реального продукта. Операции купли-продажи услуг можно классифицировать по различным признакам: в зависимости от объекта, механизма реализации, характера взаимоотношений между сторонами, на предоставляемые отдельными лицами или различными фирмами.

По классификации Международного валютного фонда услуги подразделяются на четыре группы: фрахт, другие транспортные услуги, туризм, прочие услуги.

ЮНКТАД (Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию) выделяет 8 основных секторов международной торговли услугами:

- финансовые услуги: банковские услуги, операции страхования;
- связь: услуги телефонной, телеграфной, телексовой, телекоммуникационной и спутниковой связи;
- строительные и проектно-конструкторские услуги: строительные услуги при реализации инвестиционных проектов, инжиниринг;
- транспортные услуги: грузовые перевозки, пассажирские перевозки, прочие транспортные перевозки;
- профессиональные и деловые услуги: к профессиональным относятся – юридические, бухгалтерские, архитектурные, в области здравоохранения, образования, лингвистические и прочие; деловые услуги включают: 1) в области маркетинга рекламу, изучение рынков сбыта, организацию выставок, ярмарок и т. д.; 2) консультационные услуги, или консалтинговые, по управлению и администрированию, связанные с компьютерным обслуживанием и программным обеспечением, в области подбора кадров и их обучения, информационные; 3) операторские услуги по уборке помещений, обслуживанию персонала и др.; 4) прочие технические услуги (ремонт оборудования, контроль качества, сертификация);
- коммерческие услуги (все услуги, связанные с заключением и реализацией контрактов купли-продажи);
- услуги в области туризма (организация туристических поездок, услуги авиакомпаний, гостиниц и ресторанов);
- аудиовизуальные услуги (кинематограф, видеофильмы, телевизионные программы).

Исследователи международных операций купли-продажи услуг подразделяют их также на основные (обособленные от купли-продажи товаров) и обслуживающие международный товарооборот.

К *основным* операциям купли-продажи услуг относятся:

- операции по оказанию производственно-технических услуг (инжиниринг);
- арендные операции;
- операции по оказанию социальных услуг (в том числе международный туризм);
- операции по купле-продаже информации и оказанию консультационных услуг по совершенствованию управления.

Операции, *обслуживающие* международный товарооборот включают:

- транспортно-экспедиторские;
- международных перевозок грузов;
- хранение грузов;
- страхование грузов;
- проведение международных расчетов;
- таможенное оформление;
- рекламирование.

К обслуживающим операциям можно отнести и услуги в области дизайна, исследования рынка, ремонта и технического обслуживания оборудования, обработки информации, юридические услуги и т. д.

Подразделение операций по оказанию услуг на основные и обслуживающие в зависимости от степени обособленности от купли-продажи товаров достаточно условное.

## **6.2. Международный инжиниринг**

**Международный инжиниринг** – это выполнение комплекса операций по оказанию услуг производственного, коммерческого и научно-технического характера, осуществляемых специализированными инженерно-консультационными промышленными, строительными и другими компаниями.

Торговля инжиниринговыми услугами получила развитие под воздействием научно-технической революции. В соответствии с классификацией Европейской Экономической Комиссии ООН различают три вида инжиниринга – консультативный, технологический и строительный.

**Консультативный инжиниринг** предполагает предоставление интеллектуальных услуг и профессиональных знаний при проведении предпроектных исследований, подготовке торгов, проектировании объектов, разработке планов строительства, а также при оптимизации процесса эксплуатации и управления предприятием.

**Технологический инжиниринг** означает предоставление заказчику технологии, необходимой для строительства объекта и его эксплуатации, разработку проектов по энерго-, водоснабжению, транспорту и др.

**Строительный инжиниринг** предполагает поставки оборудования, проведение строительных и монтажных работ при сооружении объекта заказчика.

Предоставление полного комплекса инжиниринговых услуг и выполнение поставок, необходимых для строительства нового объекта, получило название *комплексного инжиниринга*.

Ведущими экспортерами инжиниринговых услуг являются компании таких стран с рыночной экономикой, как США, Великобритания, Франция, ФРГ, Япония. Международный инжиниринг обладает рядом особенностей.

Первая особенность инжиниринга – это функционирование в качестве одной из услуг производственного назначения, реализуемой не в вещественной форме продукта, а в полезном эффекте; например, проектирование, консультирование, обучение.

Второй особенностью инжиниринговых услуг является то, что они связаны с подготовкой и обеспечением процесса производства и реализацией, рассчитанных на промежуточное конечное потребление реальных благ и услуг.

Третья особенность инжиниринга заключается в том, что ему присущи коммерческие свойства, проявляющиеся в процессе купли-продажи.

Четвертая особенность инжиниринга – это его отличие от лицензий и «ноу-хау». Объектом купли-продажи на рынке инжиниринга являются услуги по подготовке, систематизации, приспособлению к использованию в конкретных условиях и передаче доступных любым квалифицированным специалистам научно-технических, производственных знаний и опыта. Такого рода услуги являются воспроизводимыми, т. е. их могут оказать многие фирмы. В то же время продажа лицензий, «ноу-хау», новых технологий осуществляется их реальным владельцем или автором.

Вполне возможно подкрепление инжиниринговых услуг лицензиями и «ноу-хау». Основными факторами успеха на мировом рынке являются профессионализм, специализация, комплексность на основе свободного, многостороннего сотрудничества с другими фирмами. На передовые позиции в мире в настоящее время выходят крупные международные инжиниринговые фирмы.

Существенной проблемой является определение оптимальной стоимости инжиниринговых услуг. Для этого изучается конкурентный материал из различных регионов мирового рынка. Используются также и установившиеся подходы к оплате. Например услуги инжиниринговой компании, выполняющей функции генерального поставщика и генерального подрядчика, в зависимости от масштабов объекта, могут колебаться в пределах от 10 до 20 % общих затрат на его сооружение.



### 6.3. Международные арендные операции

**Международные арендные операции** предполагают сдачу товаров внаем иностранному контрагенту. По договору аренды одна сторона – арендодатель предоставляет другой стороне – арендатору предмет аренды в исключительное пользование на определенный срок за вознаграждение. Право собственности на объект аренды на весь срок действия договора сохраняется за арендодателем, в отличие от договора купли-продажи. Арендатору предоставляется лишь право временного пользования товаром.

Предметом аренды может выступать любое имущество, как движимое (машины, самолеты, транспортные средства, вычислительная оргтехника, оборудование и т. д.), так и недвижимое (административные здания, производственные и складские помещения, магазины, мастерские и т. д.), а также объекты государственной и общественной собственности.

Во внешнеэкономической деятельности применяется: рентинг – краткосрочная аренда, хайринг – среднесрочная и лизинг – долгосрочная.

Наибольшее распространение в международной коммерческой практике получила такая разновидность аренды, как лизинг.

**Лизинг** – форма товарного кредита, один из видов финансирования приобретения оборудования, недвижимости и прочих основных фондов. В отличие от традиционной аренды лизинг имеет ряд специфических особенностей:

- по истечении срока аренды арендатор обязан вернуть имущество; по истечении срока лизинга предусматриваются три варианта взаимоотношений сторон: продление контракта, возврат имущества, переход права собственности на товар к арендатору;

- сдача товаров в лизинг, как правило, осуществляется не производителем, а финансовым учреждением (например, банком) или специализированной лизинговой компанией;

- при расчете выплат по лизингу учитывается покупная цена объекта, срок, на который заключен лизинговый договор, остаточная стоимость, кредитоспособность арендатора и финансовые возможности арендодателя, а также действующее законодательство, особенно в отношении налогообложения и сроков амортизации; при расчете за аренду размер выплат в значительной мере зависит от рыночной конъюнктуры.

– проведение лизинговых операций предполагает необходимость получения специальной лицензии на их выполнение, особое государственное регулирование, наличие налоговых и инвестиционных льгот, ускоренные сроки амортизации.

Современный рынок лизинговых услуг представляет собой сложный механизм, характеризующийся многообразием форм лизинга. Большинство разновидностей лизинга может быть сведено к двум основным видам сделок – финансовому и оперативному лизингу.

**Финансовый лизинг** – это арендная сделка на срок полной амортизации или близкий к периоду полной амортизации. В течение срока аренды арендодателю полностью возмещаются все расходы, и обеспечивается получение прибыли за счет арендных платежей.

Арендуемый товар в течение срока действия лизингового соглашения является собственностью арендодателя. После его истечения арендатор может купить товар по остаточной стоимости.

Важная особенность финансового лизинга – невозможность расторжения договора в течение зафиксированного основного срока аренды, т. е. срока, необходимого для возмещения расходов арендодателя. Некоторые договоры финансового лизинга предусматривают такую возможность, однако, при этом предполагается и досрочная выплата общей суммы по лизинговым взносам.

Сделка финансового лизинга оформляется заключением двух отдельных договоров: о лизинге – между лизинговой фирмой и арендатором и договора купли-продажи между лизинговой фирмой и поставщиком.

Финансовый лизинг создает для лизингополучателя ряд преимуществ:

- 100%-е финансирование за счет заемных средств;
- получение товара вместе с финансированием;
- стабильные ставки лизинговых платежей;
- срок действия и вид контракта выбираются с учетом потребностей лизингополучателя;
- доступность для любой компании, включая малые, имеющие ограниченные возможности в получении кредитов;
- сохранение ликвидности предприятия лизингополучателя, что означает его способность постоянно оплачивать в срок все свои обязательства;
- во многих странах лизинговый контракт связан с налоговыми льготами и льготами при учете арендных платежей.

**Оперативный лизинг** – это сдача в аренду заранее приобретенных арендодателем товаров на определенный срок. Срок аренды, как правило, значительно меньше сроков физического и морального износа оборудования и предполагает неоднократную сдачу в аренду предметов лизинга. По истечении договора лизинга арендатор обязан вернуть предмет аренды. Арендодатель осуществляет техническое обслуживание, текущий ремонт и уход за сданным предметом аренды. При оперативном лизинге арендные ставки обычно выше, чем при финансовом. Это вызвано тем, что арендодатель не рассчитывает амортизировать все свои затраты за счет поступлений от одного арендатора и берет на себя различные риски: коммерческие, морального старения оборудования, возникновения непредвиденных затрат из-за ремонта или простоев техники и т. п.

Арендаторы предпочитают оперативный лизинг в случае, когда арендуемое оборудование требуется на небольшой срок, предполагаемые доходы от его использования не окупают первоначальной цены оборудования, арендуется новое, незнакомое оборудование или оно требует специального технического обслуживания.

В международной практике используются различные виды лизинга.

При сдаче в аренду крупномасштабных объектов (самолеты, суда) практикуется *левередж-лизинг* с участием нескольких компаний в роли лизингодателя.

**Возвратный лизинг** – сделка, предполагающая продажу предприятием части своего имущества лизинговой компании с одновременным подписанием контракта об его аренде. Такая сделка дает возможность предприятию получить дополнительные финансовые средства за счет продажи оборудования, не прекращая его эксплуатации.

**Компенсационный лизинг** – вид аренды, при которой арендная плата производится поставками продукции, изготовленной на арендуемом оборудовании.

В зависимости от распределения обязанностей по ремонту и обслуживанию оборудования различают: **чистый лизинг**, при котором расходы по техническому обслуживанию объекта лизинга берет на себя арендатор, и **полный лизинг**, когда техническое обслуживание производит лизингодатель.

По территориальному признаку выделяют внутренний лизинг и международный. **Внутренний лизинг** – это финансовая сделка, при которой субъекты лизинга находятся на территории одного государства.

**Международный лизинг** – это финансовая сделка, при которой субъекты лизинга находятся на территории разных государств.

Международный лизинг в свою очередь подразделяется на экспортный, импортный и транзитный.

В случае *экспортного лизинга* лизинговая компания и производитель находятся в одной стране, а арендатор – в другой. Данный вид лизинга используется в том случае, когда производитель испытывает сложности со сбытом продукции на внутреннем рынке, а заинтересованный в данной продукции арендатор другой страны не располагает достаточными средствами для ее оплаты без предоставления кредита.

При *импортном лизинге* лизинговая компания и арендатор находятся в одной стране, а производитель – в другой. Для арендатора в этом случае имеется возможность осуществлять лизинговые платежи в национальной валюте.

*Транзитный* лизинг предполагает, что все участники лизинга находятся в разных странах. Этот вариант используется, чтобы найти наиболее льготный вариант поставки имущества от производителя до потребителя.

#### **6.4. Международный факторинг**

**Факторинг** (factoring) – это операции по предоставлению посреднических услуг в проведении финансовых расчетов между участниками коммерческих сделок на основе договора о факторинге (contract of factoring).

Основное содержание факторинга как посреднической финансовой операции состоит в удовлетворении посредником (фактором) прав требований кредитора (экспортера) за счет взыскиваемых с должника (импортера) сумм по коммерческому счету кредитора. Договор включает следующие условия: о переводе экспортером (поставщиком) прав требований к импортеру на фактора; о порядке принятия фактором на себя конкретных поручений, их одобрении или отклонении; об открытии счета поставщика для перечисления фактором денежных средств. Договор о факторинге обособлен от экспортного договора купли-продажи.

Применимым правом договора о факторинге обычно является право места, где фактор осуществляет свою деятельность.

Участниками отношений по факторингу являются:

– *фактор* (factor) – фирма, предоставляющая факторинговые услуги, действующая за счет другого лица и осуществляющая креди-

тование экспортной сделки в согласованных пределах; ему экспортер уступает право требований уплаты покупной цены импортером;

– *экспортер* – поставщик товаров и услуг, который выступает в качестве кредитора, т. е. владельца прав требования по заключенной сделке (купли-продажи или иной);

– *импортер* – фирма, приобретающая товары и услуги, являющаяся должником, т. е. обязанным по этой сделке лицом.

Согласно договору о факторинге, заключенному между экспортером (поставщиком) товара или услуги и фактором, стороны принимают на себя взаимные обязательства.

*Права и обязанности фактора по договору* состоят в следующем:

- немедленно выплачивать поставщику денежные суммы по полученным от него документам (коммерческим счетам), с предоставлением гарантии перечисления соответствующих сумм независимо от результатов их взыскания с должника, т. е. с клиента;

- предоставление гарантии оплаты коммерческих счетов в случае принятия поручения;

- предоставление фактором информации поставщику: о финансовом положении возможных контрагентов, их платежеспособности; о состоянии спроса на рынке; о клиентуре и конкурентах; о состоянии рыночной конъюнктуры;

- проведение рекламных кампаний и транспортных операций;

- подыскание агентов;

- ведение судебных дел.

Фактор берет на себя риск неоплаты коммерческого счета клиентом, т. е. принимает финансовый риск, поскольку не имеет возможности предъявления регрессного требования к поставщику. За принятие на себя финансового риска фактор получает право на вознаграждение. Его вознаграждение обычно состоит из двух частей: вознаграждения, исчисляемого в процентах от коммерческого счета в размере 0,25–2,5 %; стоимости кредитования поставщика, т. е. авансирования его до момента срока оплаты счета клиентом, размер которого зависит от размера учетных ставок и составляет примерно 6–13 %.

Чтобы свести к минимуму коммерческие риски фактора, ограничивается общая сумма сделок, в пределах которой фактор обязуется принимать поручения поставщика на получение средств с клиентов по коммерческим счетам, а также сроки действия договора, т. е. период проведения операций (например, шесть месяцев, год).

До заключения договора о факторинге фактор проводит предварительное изучение коммерческого и финансового положения поставщика как возможного контрагента. При выборе экспортеров в качестве клиентов фактор проявляет большую осторожность.

*Обязанности экспортера (поставщика) товаров и услуг по договору* состоят в следующем:

– передавать фактору имеющиеся права требования в отношении клиентов путем их юридической переуступки (суброгации) для получения платежа;

– предоставлять фактору право монопольного посредника в проведении расчетных операций. Это означает, что на договорной территории в течение срока действия договора за фактором закрепляется исключительное право на осуществление операций с клиентами. При этом экспортер-поставщик не вправе обращаться к услугам других факторов на данной территории и обязан направлять данному фактору все коммерческие счета по заключенным сделкам.

По правовой основе договоры о факторинге делятся на раскрытый и нераскрытый факторинг; оборотный и безоборотный факторинг; прямой и косвенный факторинг.

1. *Раскрытый факторинг* предполагает, что покупатель уведомляется или, по крайней мере, может быть уведомлен о соглашении по финансированию. Раскрытый факторинг основан на уступке фактору как цессионарию принадлежащего экспортеру права требовать уплаты покупной цены.

2. *Нераскрытый факторинг* предполагает, что договор о факторинге между экспортером и фактором носит конфиденциальный характер и никакого уведомления не делается иностранному покупателю.

Большинство используемых форм нераскрытого факторинга – это фактическая уступка прав продавца финансовой корпорации – фактору. Эти формы не соответствуют юридическим требованиям, т. к. зарубежному покупателю никакого уведомления об уступке права требования не дается.

В некоторых иностранных правовых системах не признается фактическая передача прав, поэтому финансовые корпорации в ряде случаев неохотно соглашаются на такую форму факторинга.

3. *Оборотный факторинг* предполагает, что фактору принадлежит право регрессного требования к экспортеру, если иностранный покупатель не уплатит по счету. Вопрос о праве регресса к экспортеру решается путем договоренности между сторонами договора о факторинге.

4. *Безоборотный факторинг* означает, что фактор, которому уступается право требования покупной цены, несет кредитные риски и не имеет права на возмещение убытков в случае, если покупатель не выполняет своего обязательства. Иногда соглашение о факторинге допускает регресс, например, в отношении неподтвержденных долгов, уступленных фактору, и тогда фактор вправе требовать компенсации.

5. *Прямой факторинг* предполагает, что имеется лишь один фактор – фактор по экспорту в стране экспортера-поставщика, с которым экспортер заключил договор о факторинге. В этом случае при принятии права требования покупной цены экспортер вступает в непосредственные договорные отношения с иностранным покупателем.

6. *Косвенный факторинг* предполагает наличие двух факторов: фактора по экспорту и фактора по импорту в стране импортера (покупателя). При косвенном факторинге иностранный покупатель совершает платеж фактору по импорту в своей стране. Фактор по импорту платит фактору по экспорту в стране продавца, а последний предоставляет обусловленные суммы экспортеру. Между экспортером и фактором по импорту не существует договорных отношений.

## **Тема 7. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОПЕРАЦИИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

### **7.1. Сущность международного лицензирования**

Международная торговля научно-техническими знаниями – это применение системы различных форм и методов, объединенных понятием «операции по торговле научно-техническими знаниями». Операции по торговле научно-техническими знаниями связаны с обменом результатами производственных научных исследований и разработок, имеющих не только научную, но и коммерческую ценность. В качестве товара здесь выступают продукты интеллектуального труда, облеченные в форму патентов, товарных знаков промышленных образцов, ноу-хау. Научно-технические знания поступают в оборот на основе либо отношений купли-продажи либо отношений, возникающих в связи с получением временного права пользования результатами научных исследований и разработок на основе международных лицензионных соглашений, а также различного рода соглашений о предоставлении технических услуг типа инжиниринга. В зависимости от характера предмета и правовой основы международные операции

по торговле научно-техническими знаниями делятся на два вида: операции по торговле патентами, лицензиями и операции по торговле техническими услугами.

**Международные операции по торговле патентами и лицензиями** – это реализация изобретений, передовых производственных технологий, технических знаний и опыта. В основе этих операций – охрана изобретений при помощи патентного законодательства, которое предоставляет патентовладельцу монопольное (исключительное) право на использование изобретения, т. е. в течение срока действия патента только он имеет право на изготовление, применение и продажу товаров, воплощающих данное изобретение, или использование определенных методов и способов производства этой продукции.

Такие же монопольные права национальное патентное законодательство предоставляет владельцам и других видов промышленной собственности (товарный знак, промышленные образцы, полезные модели, фирменное наименование и др.).

*Патент на изобретение* – это свидетельство, выдаваемое компетентным органом изобретателю и его правопреемнику и удостоверяющее наличие у владельца монопольного права на использование этого изобретения. Патент дает владельцу титул собственности на изобретение, который обычно подкрепляется регистрацией товарного знака и промышленного образца.

Патентной защитой пользуются лишь принципиально новые технические изобретения, применяемые в производстве и позволяющие достигать качественно нового технического результата. В современных условиях практически все изобретения патентуются, поэтому все новые товары, выпускаемые на рынок, запатентованы.

Срок обладания патентом определяется законодательством каждой страны и составляет в среднем 15–20 лет. Однако реальный срок действия патента в современных условиях значительно меньше (шесть–девять лет). Это связано, прежде всего, с быстрым научно-техническим прогрессом. Согласно патентному законодательству, патент действует только на территории той страны, где он выдан. Поэтому для обеспечения патентной защиты изобретения в других странах необходимо запатентовать там данное изобретение.

Если патентовладелец за определенное вознаграждение передает полностью собственность на изобретение другому лицу, т. е. передает все вытекающие из патента права на использование его изобретения, речь идет о *продаже патента*, которая совершается на основе па-



тентного соглашения. Если патентовладелец сохраняет право собственности на изобретение и лишь разрешает на определенное время за установленное вознаграждение использовать права, вытекающие из патента, речь идет о купле-продаже *лицензии на использование изобретения*, осуществляемой на основе лицензионного соглашения.

Лицензией (патентной) называлось разрешение, выдаваемое патентовладельцем (лицензиаром), другому лицу или фирме (лицензиату) на промышленное и коммерческое использование изобретения, пользующегося патентной защитой, в течение обусловленного срока за определенное вознаграждение. Предоставление за границу лицензий на использование изобретения, технических знаний и опыта, а также товарных знаков принято называть международным лицензированием.

Продажа за границу патентов и лицензий – это специфическая коммерческая операция, в качестве объекта которой выступает «невидимый» товар, а именно право на использование запатентованного изобретения, технических знаний и опыта, товарного знака. Продажа лицензий экономически равносильна аренде изобретения как товара, поскольку владелец научно-технических знаний передает права на пользование ими на определенный срок, сохраняя за собой право собственности на них.

## **7.2. Отличия купли-продажи лицензий от купли-продажи товаров**

Отличие международных лицензионных операций от операций купли-продажи товаров состоит в следующем:

- объекты лицензионных операций – изобретения, передовой технологический опыт – появляются без прямой ориентации на рынок. Часто они возникают в процессе совершенствования собственного производства в рамках компаний. Поэтому реализация изобретений и технологических новшеств на коммерческой основе не выступает как единственная и конечная цель проводимых научных исследований и разработок. Этим объект лицензии отличается от объекта договора купли-продажи товара, специально производимого для удовлетворения конкретных потребностей покупателей;
- в отличие от сделок купли-продажи заинтересованность лицензиара в предоставлении лицензии нередко вызывается не чисто коммерческими соображениями, а стремлением к завоеванию прочных позиций на иностранном рынке на основе установления долговре-

менных связей с партнером. В этом случае возмещение своих затрат на НИОКР, т. е. получение эквивалента их стоимости (хотя бы частично), может отодвигаться на второй план;

– если при сделке купли-продажи товар окончательно отчуждается от своего производителя, то в лицензионных операциях полного отчуждения, как правило, не происходит, поскольку за лицензиаром сохраняется как титул собственности на изобретение, так и в большинстве случаев право самостоятельного производства объекта лицензии и его продажи третьим лицам на условиях, не нарушающих заключенное соглашение;

– в лицензионных операциях происходит передача прав лицензиату на способ хозяйствования. Экономическим результатом при продаже лицензии выступает *«технологическая» рента* – плата за доступ к хозяйственному использованию научно-технических решений, находящихся в частной собственности. Реализуемая в виде ренты монополия на научно-технические достижения – одна из составных частей цены лицензии. Другой важной составляющей цены лицензии является часть затрат на воспроизводство объекта лицензии. Количественная мера этих затрат – не их фактическая величина у лицензиара, а те возможные затраты, которые лицензиату потребовалось бы понести с учетом фактора времени для создания таких же или аналогичных научно-технических решений.

### 7.3. Лицензионные операции. Виды лицензий

**Операции по продаже лицензий** состоят в предоставлении одной стороной (лицензиаром) другой стороне (лицензиату) права на промышленное и коммерческое использование изобретения, пользующегося патентной защитой, или не патентуемого «ноу-хау» в течение согласованного срока за определенное вознаграждение. Международная практика обмена научными знаниями выработала два основных вида лицензионных соглашений: чистые лицензии и сопутствующие.

**Чистые лицензии** предполагают, что научные знания являются самостоятельным предметом торговли и не связаны с поставкой товаров строительством объектов и другими внешнеторговыми операциями.

**Сопутствующие лицензии** включаются как составная часть в общий внешнеторговый договор, например, купли-продажи оборудования или строительства и реконструкции за рубежом промышленных объектов.

Предоставление покупателю лицензии права на изготовление и продажу может быть простым, исключительным и полным. Простое и исключительное право применяется при торговле как патентными, так и беспатентными лицензиями, полное только патентными.

При предоставлении **простого права** лицензиар сохраняет за собой возможность самому использовать лицензии на той же территории и в тех же пределах, а также предоставлять их третьим лицам.

При **исключительной лицензии** лицензиат имеет монопольное (исключительное) право на использование предмета лицензии на оговоренной территории. При этом ни сам лицензиар, ни какое-либо другое лицо таким правом не обладают. Лицензиат может получить право сам предоставлять лицензии (сублицензии) третьим лицам в объеме, оговоренном в договоре.

При **полной лицензии** лицензиар предоставляет лицензиату исключительные права пользования изобретением без ограничительных условий по территории его применения. Экономически это эквивалентно продаже патента, но юридически отличается тем, что титул собственника патента остается за лицензиаром и по истечении срока действия договора он полностью восстанавливается в монопольных правах патентообладателя.

При предоставлении исключительной и полной лицензий лицензиат, если это предусмотрено в соглашении, может предоставлять с письменного разрешения лицензиара сублицензии другим лицам от своего имени в пределах предоставленного ему исключительного права. Обычно это делается в целях наиболее полного и эффективного использования предмета лицензии. В таких случаях в лицензионном соглашении оговаривается, на каких коммерческих и иных условиях лицензиату предоставляется право выдавать сублицензии. Ответственность по сублицензионным соглашениям перед лицензиаром несет лицензиат.

Выбор вида предоставляемой лицензии зависит прежде всего от объема рынка той страны или территории, на которую предоставляется лицензия, и характера изобретения. На рынке небольшой емкости предпочтительнее выдавать исключительную лицензию, ибо наличие нескольких лицензиатов, получивших простую лицензию, создаст на этом рынке ненужную конкуренцию, которая снизит уровень цен, что в конечном счете может отразиться на объеме лицензионного вознаграждения (если оно зависит от экономического эффекта использования лицензии). Исключительная лицензия предпочтитель-

на также при выдаче ее на изобретение с ограниченной сферой применения, т. к. объем сбыта товаров, производимых на основе лицензии, будет невелик даже на самом обширном рынке. Исключительные лицензии выдаются обычно на товары массового производства и широкого потребления, а также в страны с емким внутренним рынком, где постоянная потребность в продукции, выпускаемой по лицензии, настолько велика, что наличие нескольких лицензиатов не будет препятствовать нормальному ходу реализации. Полная лицензия встречается редко. Обычно она выдается на новые фундаментальные исследования, требующие больших затрат и длительных сроков осуществления, используемые преимущественно в одной высокомонополизированной отрасли.

#### **7.4. Методы определения и формы лицензионного вознаграждения**

Одним из наиболее сложных вопросов при торговле научно-технической продукцией является определение вознаграждения за использование предмета лицензионного соглашения. Затратный подход при оценке интеллектуальной собственности исключается. Дело в том, что на разработку ценного технологического нововведения могут потребоваться небольшие средства, а эффект от его использования в производстве значительно превысит эффект от внедрения дорогостоящих проектов.

Основой определения цены научно-технической продукции является величина прибыли, которую лицензиат может получить за период ее использования.

Существует несколько методов определения стоимости лицензии. Формы лицензионных вознаграждений бывают различные. В зависимости от метода подсчета их можно разделить на две группы: вознаграждения, размер которых подсчитывается на базе фактического экономического результата использования лицензии, и вознаграждения, размер которых непосредственно не связан с фактическим использованием лицензии, а заранее устанавливается и указывается в договоре, исходя из оценок возможного экономического эффекта и ожидаемых прибылей лицензиата на базе использования лицензии. К первой группе относятся такие формы, как периодические процентные отчисления и участие в прибыли лицензиата, ко второй – первоначальный платеж наличными, паушальный платеж, передача ценных бумаг лицензиата, передача встречной техдокументации.

**Периодические процентные отчисления или текущие отчисления (роялти)** устанавливаются в виде определенных фиксированных ставок (в процентах) и выплачиваются лицензиатом через определенные согласованные промежутки времени (ежегодно, ежеквартально, ежемесячно или к определенной дате). Они исчисляются различными способами: со стоимости производимой по лицензии продукции; с суммы продаж лицензируемой продукции; с единицы выпускаемых или реализуемых изделий в виде процента к цене или себестоимости; на специально обусловленной базе (с установленной мощности запатентованного оборудования, с количества переработанного по запатентованному способу сырья, на базе стоимости переработки продукта, стоимости или количества отдельных компонентов, потребляемых в процессе производства, и т. д.).

Уровень ставок текущих отчислений в современной международной практике лицензионной торговли составляет в среднем 2–10 %. Наиболее часто встречаются ставки 3–5 %. Ставки текущих отчислений обычно дифференцируются в зависимости от вида лицензии, срока действия соглашения, объема производства лицензируемой продукции, ее реализационных цен, экспортных или внутренних продаж. Так, более высокие ставки применяются обычно при выдаче исключительной лицензии на первые годы действия соглашения и при поставках на экспорт. Более низкие ставки устанавливаются при выдаче неисключительной лицензии, на последующие годы или в случае продления действия соглашения, при продажах на внутреннем рынке. Ставки лицензионных вознаграждений обычно снижаются по мере роста производства и продаж лицензируемой продукции.

**Участие в прибыли лицензиата** как форма лицензионного вознаграждения означает отчисления в пользу лицензиара определенной части (процента) прибыли, полученной им благодаря использованию данной лицензии. Эта доля обычно колеблется от 20 до 30 % при предоставлении исключительной лицензии и до 10 % – при неисключительной лицензии. Однако в практике лицензирования эта форма встречается крайне редко.

**Паушальный платеж** – это определенная, твердо зафиксированная в соглашении сумма лицензионного вознаграждения. Паушальный платеж практикуется обычно в следующих случаях: при передаче лицензии вместе с поставками оборудования, когда единовременный характер сделки требует и единовременного определения ее стоимости; при продаже лицензии малоизвестной фирме;

при выдаче лицензии на базе секрета производства (как гарантия от убытков в случае его разглашения); когда лицензиат не хочет допустить контроля лицензиара за использование лицензии; когда в стане лицензиата существуют затруднения в отношении перевода прибылей. Паушальный платеж может производиться как в разовом порядке, так и в рассрочку (например, 50 % – после подписания соглашения, 40 % – после поставки оборудования и передачи технической документации и 10 % – после пуска оборудования).

**Первоначальный платеж наличными** предусматривает оплату лицензиатом определенной установленной в соглашении суммы в виде единовременного взноса по частям в течение установленного в соглашении срока или по выполнении определенных условий (например, через определенное число дней после подписания лицензионного соглашения или его вступления в силу; после предоставления лицензиаром технической документации).

Первоначальный платеж наличными обычно применяется как дополнение к основной форме лицензионных вознаграждений и используется в большинстве лицензионных соглашений, предусматривающих выплату вознаграждения в форме текущих отчислений.

**Передача ценных бумаг** – акций и облигаций – как форма вознаграждения по лицензионному соглашению встречается в чистом виде или в комбинации с другими формами примерно в 15 % лицензионных соглашений. Лицензиар получает чаще всего от 5 до 20 % акций лицензиата, хотя в отдельных случаях эта доля доходит до 40 %.

**Передача технической документации** как форма платежа получила распространение у японских компаний. Она предусматривает взаимное предоставление лицензий и в большинстве случаев применяется в сочетании с другими формами вознаграждения.

В условии платежа подробно оговаривается порядок уплаты лицензионного вознаграждения, а именно: валюта платежа с включением в зависимости от обстоятельств валютной оговорки; форма расчета (порядок и условия открытия аккредитива, сроки перевода платежей); база для исчисления стоимости выпускаемой продукции или стоимости продаж (при вознаграждении в форме текущих отчислений) и порядок их исчисления.

В условии платежа, как правило, предусматривается также обязательство лицензиата получить соответствующее разрешение правительственных органов на оплату и перевод платежей. В тех случаях, когда вознаграждение зависит от экономического эффекта использо-

вания лицензии, лицензиат обязан высылать в адрес лицензиара подробный бухгалтерский отчет по взаимосогласованной форме, обязательными реквизитами которого являются количество, продажные цены, оборот по продажам лицензируемой продукции, географическое направление экспорта (если лицензия ограничена территорией) и расчетные документы.

### **7.5. Понятие «ноу-хау» и его отличительные особенности**

Впервые термин «ноу-хау» был использован в практике заключения договоров в США и Англии. Впоследствии он стал широко использоваться и в других странах. Первоначально этим термином обозначали информацию, необходимую для осуществления изобретения, специально опущенную заявителем в патентном описании, и придавали термину «ноу-хау» смысл «знать, как применить патент». С самого начала становления патентных систем по странам мира и до сегодняшнего дня изобретатели стремятся в материалах заявки на изобретение и в патентном описании не раскрывать ноу-хау, без знания которого невозможно осуществить изобретение промышленным путем.

В практике международной торговли лицензиями обычно под **ноу-хау понимаются технологические и конструкторские секреты изготовления продукции** в любых отраслях промышленного и сельскохозяйственного производства. Ноу-хау – это знания и опыт в области разработки, проектирования и промышленного освоения, производства, реализации, эксплуатации, обслуживания, текущего и капитального ремонта, новой техники и технологии. Ноу-хау – это не обязательно технические сведения. Это могут быть знания управленческого организационного, экономического коммерческого, торгового и другого, финансового или иного характера.

Одно из последних определений ноу-хау предусматривает соответствие их следующим критериям:

- научно-технические знания и опыт;
- представляют ценность;
- могут быть использованы;
- носят конфиденциальный характер;
- не защищены на национальном или международном уровне.

Когда говорят о ноу-хау, то, как правило, имеют в виду технологические, конструкторские секреты производства. Однако лицен-

зионные соглашения зарубежных фирм свидетельствуют о том, что в качестве ноу-хау в них часто фигурируют конфиденциальные сведения коммерческого характера, которые способствуют лицензиату в реализации его продукции на международном рынке. Иногда под ноу-хау подразумевают сведения управленческого характера и/или организационного характера. Случаи предоставления сведений о наиболее целесообразной организации производства и рациональном размещении оборудования для выпуска лицензионной продукции не столь уж редки.

*Содержание управленческого ноу-хау* заключается в эффективных структурах и методах управления, наиболее простых и надежных структурных связях как по вертикали, так и по горизонтали, в четком распределении обязанностей и их содержания, в функциональном взаимодействии структурных подразделений кооперирующих фирм (например, выпускающих продукцию с поставщиками, с фирмами, реализующими продукцию и эксплуатирующими ее). Большой ценностью в области управления является ноу-хау, связанное с использованием электронно-вычислительной техники и машин, и другая информация.

*Коммерческое ноу-хау* заключается в передаче знаний и опыта в области реализации продукции, содержит данные о конъюнктуре рынка, о наиболее опытных и авторитетных фирмах-посредниках, сбытовых фирмах в странах сбыта продукции, о целесообразных формах реализации продукции, организации ее рекламы и пр.

*Финансовое ноу-хау* содержит сведения о наиболее выгодных формах использования денежных средств, ценных бумаг, акций, капиталовложений с учетом изменения курсов валюты, особенностях национальных налоговых систем, таможенных ограничений, сведения о банковских объединениях, фирмах кредитования и о другой аналогичной информации. Зачастую финансовое ноу-хау тесно переплетается с коммерческим, а управленческое, в свою очередь, может также сочетаться с коммерческим. Однако по характеру сведений, знаний и опыта между ними можно провести четкую грань.

*В международной практике торговли традиционными лицензиями* более 50 % соглашений заключается на передачу изобретений и ноу-хау одновременно, 30–35 % – только на ноу-хау, остальные – это чисто патентные лицензии. Таким образом, более 80 % традиционных лицензий – это те, по которым передается ноу-хау.



## Тема 8. ФРАНЧАЙЗИНГ КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

### 8.1. Сущность и содержание понятия «франчайзинг»

**Франчайзинг (предпринимательский)** – это деловые отношения, в силу которых одна сторона – франшизодатель предоставляет другой стороне – франшизополучателю право (франшизу) на осуществление на определенной территории предпринимательской деятельности, аналогичной деятельности франшизодателя, на основе предоставления последним «делового комплекса», позволяющего определенным образом производить или продавать товары либо от услуги потребителям в соответствии с условиями договора франчайзинга.

**Франшиза (franchise)** – это разрешение, предоставляемое франчайзером франчайзи на создание предприятия и на торговлю продукцией и предоставление услуг на рынке определенного типа товаров и/или услуг на основе использования «делового комплекса» согласно франчайзинговому договору.

«Деловой комплекс» включает совокупность промышленных прав и прав на интеллектуальную собственность, касающихся товарного знака, фирменного наименования, обозначения, полезных моделей, дизайна авторских прав, ноу-хау или патентов, используемых для продажи товаров или оказания услуг потребителям.

Деловой комплекс состоит из:

- охраноспособных имущественных прав, включающих фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания;
- неохраноспособных имущественных прав – ноу-хау, деловой опыт;
- имущественных прав и других объектов гражданского права – коммерческая информация.

*Франчайзинговый договор* определяется как договор, по которому франчайзер предоставляет франчайзи за прямое или косвенное денежное вознаграждение право на использование франшизы.

*Франшизодатель*, именуемый франчайзер, франшизер (franchiser), является продавцом «делового комплекса» и стороной договора франшизы. Как правило, в качестве франчайзера выступает авторитетная и достаточно известная рядовому потребителю крупная компания – обычно ТНК, либо ее подконтрольная компания.

*Франшизополучатель*, именуемый франчайзи (franchisee), а также оператором, арендатором, дилером, выступает как самостоятельный производитель, являющийся юридическим лицом, имеющим свой расчетный счет, самостоятельный баланс, действующий на свой страх и риск. В качестве франчайзи выступают мелкие самостоятельные предприятия, создаваемые изначально на основе франшизы, а также частные лица, только начинающие свой бизнес.

*Международный франчайзинг* (International franchising) предполагает создание франчайзером франчайзинговой системы за рубежом. Широко известны международные франчайзинговые сети «Макдональдс», «Холидей иннз», «Хилтон», «Ив Роше», «Баскин-Роббинс», «Сире Робэк», «Монтгомери уорд», «Вендиз». Большинство ведущих в мире франчайзеров имеют свои отделения более чем в 30 странах мира. Только в США и Канаде оперируют 3200 компаний (из них 2400 в США), имеющих 600 тысяч своих представительств-франчайзеров в десятках стран на всех континентах мира.

## **8.2. Виды международного франчайзинга**

По способам и сфере применения различают следующие виды франчайзинга.

**Производственный франчайзинг** (Processing Franchising) предполагает отношения в рамках договора франчайзинга, которые дают право франчайзи на производство и сбыт под торговым знаком франчайзера продукции с использованием поставляемого им сырья, материалов или технологий. Франчайзер может также передавать франчайзи информацию, касающуюся маркетинга, способов продажи и обслуживания продукта. Этот вид франчайзинга широко распространен в сфере общественного питания.

**Сбытовой франчайзинг** (Produkt and Trade Name Franchising) предполагает взаимоотношения сторон в сфере торговли, при которых франчайзер передает, а франчайзи получает исключительное право, ограниченное определенной территорией, на реализацию под торговым знаком франчайзера выпускаемой им продукции. Франчайзи принимает на себя часть функций поставщика, специализируясь только на его продукции. Такого рода деятельность характерна для автомобильных дилеров, владельцев автозаправочных станций при продаже автомобильного топлива, а также при реализации безалкогольных напитков, косметики. Сюда же можно отнести сеть магазинов или кафе типа «Севен Илевен», «Макдональдс», «Бургер Кинг», «КФС», «Вендиз».

**Сервисный франчайзинг** (Service Franchising) предполагает, что франчайзер передает франчайзи разработанную систему оказания услуг, а тот под торговой маркой франчайзера оказывает услуги потребителям. Данный вид франчайзинга распространен в сфере автомобильного обслуживания и при обслуживании кредитных карточек.

**Комплексный франчайзинг** (Business Format Franchising) предполагает полное обеспечение головной компанией франчайзера деятельности дилера-франчайзи, включая предоставление права пользования товарным знаком, разработку маркетинговой стратегии и технологии бизнеса, подготовку руководства по эксплуатации, стандартов, контроль качества продукции. Такой вид франчайзинга распространен в сфере ресторанного бизнеса, розничной торговли, индивидуальных услуг, аренды, обслуживания недвижимости. Их предоставляют компании, занимающиеся ремонтом автомашин, обслуживанием гостиниц, типографским делом, обналичиванием чеков.

### **8.3. Основные условия договора франчайзинга**

#### **1. Заголовок**

Заголовок договора может иметь следующие названия: договор франчайзинга; франчайзинговый договор; договор франшизы; франшизный договор; франчайзинговое соглашение; контракт франшизы.

#### **2. Стороны договора**

В договоре стороны могут именоваться следующим образом: франшизодатель – франчайзер, головная компания, франшизер; франшизополучатель – франчайзи, оператор, арендатор, дилер.

#### **3. Объект договора**

Объектом договора франчайзинга является передача прав на использование «делового комплекса» за установленное вознаграждение с выполнением иных оговоренных обязанностей со стороны франчайзи.

«Деловой комплекс», передаваемый франчайзером франчайзи, состоит из прав на пользование объектами интеллектуальной собственности франчайзера и дополнительных обязательств франчайзера по отношению к франчайзи.

#### **4. Обязанности франчайзи**

Франчайзи является самостоятельным субъектом хозяйственной деятельности и совершает сделки от своего имени и за свой счет. Он не отвечает по обязательствам франчайзера, за исключением ответственности перед потребителями за качество продаваемых товаров и услуг.

В данном разделе оговаривается соблюдение франчайзи требований, установленных франчайзером по использованию «делового комплекса»; соблюдение графика развития и заключения договоров субфранчайзинга.

Предоставляя франчайзи право заключения договора субфранчайзинга, франчайзер оставляет за собой права утверждение новых франчайзи. Причем франчайзи по договору субфранчайзинга передает лишь те права, которые были ему переданы, и вправе заключать договоры субфранчайзинга на срок, не превышающий срок франчайзинга. Если при этом основной договор франчайзинга будет признан недействительным, то недействительными будут признаны и все договоры субфранчайзинга.

В разделе предполагается также оговорка об ограничении конкуренции.

Такая оговорка распространяется как на франчайзи, так и на франчайзера. Для франчайзи это означает запрет:

- на осуществление самостоятельной деятельности, аналогичной сфере деятельности в рамках договора франчайзинга, в том числе и в течение определенного периода после окончания срока действия договора франчайзинга;
- на осуществление такой деятельности за пределами территории, закрепленной по договору франчайзинга;
- на заключение франчайзинговых договоров с другими франчайзерами.

Обязательства по ограничению конкуренции могут быть абсолютными либо ограничиваются определенными видами товаров (работ, услуг) категориями потребителей или сроками.

Эти ограничения могут касаться:

- запрета на создание объектов франчайзинга вне закрепленной территории;
- запрета на рекламу в месте, отличном от специально отведенного, или вне договорной территории;
- запрета на реализацию товаров определенным категориям потребителей (франчайзер может оставить за собой право непосредственных поставок товаров государственным предприятиям);
- запрета на продажу товаров определенным способом (например, право торговли по почте может быть оставлено за франчайзером);
- временных ограничений конкуренции, привязанных либо к определенному объему продаж, либо к соблюдению графика развития франчайзинговой сети.

Уплата вознаграждения за использование «делового комплекса» является одной из важнейших обязанностей франчайзи. Существуют различные способы вознаграждения, которые могут применяться как в отдельности, так и в определенном их сочетании. К ним относятся:

Паушальный платеж – когда франчайзер получает единовременную плату за переданные права на объекты интеллектуальной собственности. Фактически паушальный платеж представляет собой плату за предлагаемое франчайзером начальное обучение и в качестве возмещения понесенных им расходов, связанных с созданием нового объекта франчайзинга. Однако при этом способе платежа франчайзер не имеет прямой заинтересованности в успешной предпринимательской деятельности франчайзи.

Первоначальный платеж, уплачиваемый частями, может использоваться вместо паушального платежа. Например, 20 % уплачиваются при подписании договора, 20 % – по завершении обучения, 20 % – при открытии первого объекта. Размер первоначального взноса может составлять 14–15 тыс. дол.

Фиксированные периодические текущие платежи выплачиваются в сумме, определенной в договоре, в течение срока договора и осуществляются в виде лицензионных платежей (роялти) или сервисных платежей. Роялти, уплачиваемые франчайзи, являются для франчайзера источником дохода, получаемого за переданный «деловой комплекс» и компенсацией за проведение исследований и разработок для улучшения «делового комплекса» и предоставление информации об этих улучшениях. Размер периодически текущих платежей варьируется от 3–5 % до 25–40 % дохода франчайзи и зависит от набора услуг, предоставляемых франчайзером.

Основную часть текущих выплат франчайзер расходует на обучение операторов в учебном центре франчайзи – на самом предприятии, на периодических курсах; 0,5–2 % дохода франчайзи идут на общие рекламные кампании. На долю прибыли приходится сравнительно небольшая часть текущих платежей франчайзи – в пределах 25 %.

Отчисления от дохода, получаемого франчайзи. Обычно за стандартные услуги – выбор места расположения предприятия, обучение оператора, услуги по маркетингу, менеджменту, бухгалтерии, финансовую экспертизу – франчайзер получает 6–7 % дохода франчайзи. Этот процент увеличивается, если франчайзер оплачивает временных работников, предоставляет информацию об источниках кредитования и гарантии по кредитам, оказывает помощь при расчете налогов, оплачивает страхование.

Вознаграждение франчайзера за дополнительные услуги предусматривается в договорах, когда франчайзер оказывает услуги по обучению; предоставляет консультации по управлению объектами франчайзинга, по форме и содержанию рекламы, по модернизации объектов франчайзинга. Часто договором предусматривается, что вознаграждение за такие услуги выплачивается франчайзи отдельно.

Специализированные платежи. К таким платежам, присущим конкретному договору, относятся депозитные, гарантии в случае регулярных поставок франчайзером товаров для франчайзи, плата за пользование компьютерной сетью, резервирования номеров при франчайзинге отелей и др.

Франчайзи берет на себя обязанность по **соблюдению конфиденциальности** в соответствии с требованиями франчайзера в отношении конкретной информации, а также обязанность принятия мер по охране указанной информации. А также согласно договору франчайзи обычно берет на себя обязанность по осуществлению за свой счет рекламы и **мер по продвижению товаров и услуг**. Иногда франчайзи обязуется израсходовать определенную сумму денег для обеспечения постоянного спроса на товары и услуги франчайзера. В зависимости от условий договора эта сумма может делиться между местными, национальными и международными объектами франчайзинговой сети.

### **5. Обязанности франчайзера**

В обязанности франчайзера входят следующие функции.

*Передача франчайзи прав на использование «делового комплекса»*

Это основная обязанность франчайзера, который при передаче франчайзи исключительного права обязуется:

- не осуществлять деятельность, аналогичную деятельности франчайзи, на территории, которая закрепляется за франчайзи по договору;

- не заключать договоров франчайзинга с иными лицами, осуществляющими аналогичную деятельность на данной территории;

- возмещать убытки франчайзи, связанные с его ответственностью перед потребителями, например, по гарантийному обслуживанию и ремонту;

- передавать всю необходимую дополнительную информацию по поддержанию конкурентоспособности «делового комплекса», его дальнейшему развитию и совершенствованию;

- предоставлять консультационные и маркетинговые услуги;

- поставлять необходимые для эксплуатации «делового комплекса» сырье и материалы.

### *Обучение франчайзи*

Обучение, осуществляемое франчайзером в отношении франчайзи, включает в себя следующие виды:

- обучение технологии производства товара либо предоставления услуг (например, при производстве продукции общественного питания франчайзер обучает персонал франчайзи способам приготовления продукции, а также ее реализации потребителям);

- обучение ремонту товара, а также наблюдение за тем, чтобы у франчайзи всегда имелись в наличии запасные детали и оборудование для диагностики и обслуживания (для франчайзинга, связанного с продажей товаров длительного пользования, важно, чтобы франчайзи всегда мог осуществлять их ремонт и сервисное обслуживание);

- обучение маркетингу, продаже и рекламной технике в отношении своей продукции;

- обучение методам учета и ведения предпринимательской деятельности, т. е. франчайзер обучает франчайзи тому, как вести бухгалтер, учет продаж в кредит, кадровый учет, налоговый учет, осуществление инвентаризации, а также другим финансовым и управленческим навыкам, необходимым для успешного ведения предпринимательской деятельности.

Договор франчайзинга обычно предусматривает, что расходы, связанные с обучением на предприятиях франчайзи, несет франчайзи. В состав таких расходов включаются гонорары специалистов, транспортные расходы, оплата проживания и питания приглашенных специалистов. Расходы по обучению работников франчайзи на предприятиях франчайзера несет франчайзер – частично либо полностью.

### *Сохранение конфиденциальности*

Франчайзер заинтересован в сохранении конфиденциальности для защиты своей интеллектуальной собственности от конкурентов. Поэтому в договоре с франчайзи точно определяет, какая информация является конфиденциальной, какие меры должен предпринять франчайзи по ее охране. Кроме того, франчайзер предусматривает и меры ответственности франчайзи при несоблюдении обязательства по сохранению конфиденциальности.

### **6. Срок договора, изменение его условий или прекращение действия договора**

Обычно устанавливается длительный срок действия договора с тем, чтобы дать возможность франчайзеру и франчайзи окупить инвестиции, связанные с приобретением недвижимости, обучением пер-

сонала, первоначальным продвижением товара на рынке. Однако законодательство отдельных государств предусматривает ограничения по срокам передачи некоторых видов лицензий на промышленную собственность и срокам договора о передаче технологий. В некоторых государствах установлен также запрет на автоматическое продление договора на передачу патента или технологии. Эти нормы ограничивают срок действия договора.

Обычно договоры франчайзинга предусматривают, что ни одна из сторон не вправе в одностороннем порядке изменить его условия. Однако некоторые обстоятельства, изменяющие сущность франчайзинга, могут привести к необходимости изменения обязательств по договору, поэтому в договор франчайзинга включаются условия о возможности изменения договора в течение срока его действия по требованию одной из сторон. Этими обстоятельствами могут быть:

- изменение наименования франчайзера;
- истечение срока действия исключительного права, входящего в «деловой комплекс»;
- переход прав франчайзера частично или полностью к новому владельцу в случае реорганизации или смерти одной из сторон договора.

Как правило, обязательства по договору прекращаются по истечении срока, на который он заключен. Возможно, как досрочное прекращение обязательств по договору по взаимному согласию сторон, так и одностороннее прекращение обязательств с возмещением понесенных убытков.

#### **8.4. Преимущества и недостатки франчайзинга**

В основе развития франчайзинга лежала объективная потребность расширения бизнеса и взаимная выгода для партнеров.

**Для франчайзера** она состоит в следующем:

- обеспечивает возможность быстрого расширения бизнеса, представляя собой один из наиболее выгодных способов рыночной экспансии, поскольку позволяет: расширить территориальные границы бизнеса; использовать неинвестиционные формы благодаря аккумулярованию инвестиционных ресурсов мелких собственников; экономить на текущих издержках за счет расходов на заработную плату, а также налогов и расходов на социальное страхование, которые уплачивает оператор-франчайзи; освободиться от предпринимательского риска, который берет на себя франчайзи;



– позволяет осваивать новые рынки, особенно зарубежные, что является более выгодным, чем использование форм торгового представительства, поскольку обычно франчайзер, действуя под личную ответственность, проявляет большую активность, чем дистрибьютор либо агент.

**Для франчайзи** выгодность использования этой формы бизнеса состоит в следующем:

– стать собственником, юридически и хозяйственно самостоятельным предпринимателем;

– начать собственное дело при небольшом стартовом капитале под руководством опытного крупного предпринимателя, обеспечивающего ему обучение ведению дела и определенные стандарты качества предоставляемой продукции и услуг, а также возможность пользоваться известной торговой маркой и уникальными ноу-хау.

Франчайзи фактически получает, во-первых, готовое предприятие, а во-вторых, за фиксированную (обычно небольшую) плату получает следующие виды помощи:

– разработка стратегии маркетинга и рекламы; первоначальное обучение работников и подготовка в области управления; дизайн магазина и закупка оборудования; разработка унифицированной политики и процедур; централизованные закупки по пониженным ценам; постоянное консультирование по вопросам управления; выбор места и представление рекомендаций по размещению предприятия; предоставление помещения в аренду; финансирование;

– принадлежность начинающего предпринимателя к единой франшизной системе и использование признанной торговой марки значительно снижают риски; постоянная поддержка и руководство со стороны франчайзера дают возможность франчайзи научиться эффективным методам управления бизнесом и повысить свой профессионализм и компетентность;

– личная заинтересованность франчайзи в успехе дела, а именно: в максимизации дохода за счет сокращения издержек и расширении бизнеса при минимизации предпринимательского риска;

– возможность утвердиться на труднодоступном для мелкого предпринимателя рынке за счет, использования опыта и деловой репутации франчайзера для повышения конкурентоспособности продаваемых продукции и услуг;

– возможность избежать банкротства, находясь под защитой крупной компании, предоставляющей соответствующие рекоменда-

ции по ведению бизнеса и осуществляющей контроль за деятельностью и удовлетворению стандартам качества;

- ориентация на совершенствование стандартов качества, обновление и расширение ассортимента и спецификаций, осуществляемых франчайзером; обеспечение бесперебойными поставками продукции, сырья и материалов, удовлетворяющими потребности франчайзи со стороны франчайзера;

- при недостатке у франчайзи собственных средств франчайзер может выступить в качестве поручителя по векселям при заимствовании средств в банке. Обычно франчайзи вносит в качестве собственного капитала, необходимого для начала дела, по крайней мере половину денежных средств. Остальную сумму он обеспечивает за счет продажи акций родственникам и друзьям, либо заимствования у них для покупки акций на свое имя, либо путем обращения в банк за кредитом.

Наряду с положительными чертами **франчайзинг имеет и определенные отрицательные аспекты:**

- франчайзер в определенной степени ограничивает инициативу франчайзи, вмешиваясь во все сферы деятельности франшизного предприятия, принимая важные решения, зачастую без учета мнения отдельных франчайзи;

- франчайзер определяет и тем самым навязывает франчайзи определенные объемы продаж в соответствии со своей маркетинговой политикой, которая может не соответствовать планам и возможностям франчайзи;

- ассортимент продукции и услуг, предлагаемых франчайзи, строго подчинен интересам франчайзера и направлен на ограничение конкуренции на закрепленной за франчайзи территорией.

## **ТЕМА 9. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ**

### **9.1. Понятие и виды торгово-посреднических операций**

Под *торгово-посредническими операциями* понимаются операции, связанные с куплей-продажей товаров, выполняемые по поручению производителя-экспортера независимым от него торговым посредником на основе заключаемого между ними соглашения или отдельного поручения. Торговое посредничество в экономическом смысле – это довольно широкое понятие. Оно включает значительный

круг услуг, в частности по подысканию заграничного контрагента, подготовке и совершению сделки, кредитованию сторон и предоставлению гарантий оплаты товара покупателем, осуществлению транспортно-экспедиторских операций и страхованию товаров при транспортировке, выполнению таможенных формальностей, проведению рекламных и других мероприятий по продвижению товаров на заграничные рынки, осуществлению технического обслуживания и проведению иных операций.

К *торгово-посредническим фирмам* относятся фирмы, в юридическом и хозяйственном отношении независимые от производителя и потребителя товаров (сбытовые, экспортные и другие дочерние фирмы и филиалы промышленных компаний к этой категории не относятся). Торгово-посреднические фирмы действуют в целях извлечения прибыли, получаемой либо в результате разницы между ценами закупки товаров у экспортеров и ценами, по которым товары продаются покупателям, либо в виде вознаграждения за предоставленные услуги по продвижению товаров на внешние рынки.

В современных условиях значительно расширяются функции, выполняемые торговыми посредниками, что связано с изменением структуры торгово-посреднического звена. Расширилось предоставление различных видов услуг в комплексе, в число которых входят:

- операции по организации сбыта – подысканию контрагентов, заключению сделок от имени продавца, предоставлению гарантий оплаты товара покупателем, проведению рекламных кампаний и исследований рынков;
- транспортно-экспедиторские операции; операции по транспортировке и страхованию грузов;
- финансирование торговых операций;
- технические услуги и послепродажное техническое обслуживание;
- сбор и предоставление информации о рынках.

Расширение функций торгово-посреднических фирм осуществляется также путем внедрения их в производственную сферу, т. е. создания дочерних предприятий, в том числе и за границей, по переработке и сборке продукции, куплей-продажей которой они занимаются.

Важной областью деятельности торговых фирм стало участие в *Международных консорциумах для осуществления крупных строительных проектов*. Торговым посредникам – участникам консорциу-

мов – предоставляется возможность осуществлять для таких предприятий закупочно-сбытовые операции.

Основная цель при привлечении торговых посредников состоит в обеспечении эффективности внешнеторговых операций. Проведение операций через посредников имеет определенные недостатки: ведет к удорожанию импортных товаров и снижению доходов от экспорта, т. к. часть выручки остается у посредника. Кроме того, экспортер непосредственно не взаимодействует с рынком, он не изучает самостоятельно его конъюнктуру и потребности своего покупателя. Однако данные отрицательные моменты перекрываются следующими преимуществами использования посредников:

- использование посредников позволяет привлекать их капитал для выполнения транспортно-экспедиторских, страховых, сбытовых и сервисных операций, что дает возможность экспортеру экономить собственные средства, вкладываемые в проведение сделок;

- посредники часто берут на себя обязанности и риски по доставке товаров в страну импортера, подготовке их к сбыту (сортировке, упаковке, маркировке и т. д.);

- привлечение торговых посредников освобождает поставщика от организации сбыта товаров, т. к. посреднические фирмы часто имеют собственные складские помещения, сбытовую сеть и розничные магазины;

- посредники располагают наибольшей информацией об условиях рынка, имеют деловые связи, без них сложно обойтись, когда прямой экспорт затруднителен вследствие импортных ограничений;

- посредники имеют непосредственный контакт с потребителями, они более оперативно реагируют на изменение их потребностей и располагают информацией о конкурентоспособности продукции.

С предприятиями и организациями Республики Беларусь, намеревающимися выйти за границу по осуществлению внешнеторговых операций, и отечественными посредническими внешнеторговыми организациями: экспортно-импортными объединениями, торговыми домами, фирмами и различными дистрибьюторами могут быть заключены следующие основные виды договоров:

- договоры поставок, позволяющие посреднику закупить товар у поставщика и продать его, но уже от своего имени и за свой счет, получив за это соответствующие вознаграждения;

- договоры комиссии, по которым посредник заключает контракты от своего имени, но за счет экспортера или импортера, получив за эту услугу комиссионное вознаграждение;

- договоры поручения, по которым экспортеры и импортеры доверяют посреднику заключить контракты от их имени и за их счет; за что он получает вознаграждение;
- договоры на предоставление внешнеторговыми организациями услуг по исследованию рынка, расчету цен, рекламе и других с их оплатой по соответствующим расценкам.

## **9.2. Выбор посредника**

Чтобы не ошибиться в выборе посредника, следует тщательно произвести его проверку, собрать и изучить «портфель» информации.

Прежде всего следует обратить внимание на финансовое положение кандидата в посредники. Об этом можно судить по его способности предоставить кредит покупателю или аванс экспортеру. Кроме того, получить информацию о кредитоспособности посреднической компании можно в специальных кредитных агентствах.

Следует выяснить характер продаваемого посредником товара и объем реализации. Положительным моментом является факт, что посредник выступает в качестве продавца аналогичной продукции, знает особенности ее продажи, может прогнозировать спрос, организовать сервисное обслуживание. Целесообразно установить, не является ли предлагаемая экспортером продукция сопутствующей к реализуемым товарам данным посредником.

Немаловажную роль играют наличие собственной сбытовой сети у кандидата, складских помещений, его физические возможности реализовать большие объемы товаров на случай роста в перспективе экспортных поставок.

При выборе посредника обращается внимание на его личные качества, наличие у него связей в бизнесе и деловых кругах.

Выходя на рынок незнакомой страны, надо внимательно изучить особенности национального законодательства, заключения договоров с торговыми посредниками, деловой этики. Например, в ряде стран Ближнего Востока запрещено пользоваться услугами посредников при торговле с государственными организациями, в Канаде в этом случае можно обращаться лишь к канадскому посреднику. Любой японский посредник работает только на основе монопольного права на продажу, при этом он нанимает штат служащих для обслуживания разных экспортеров. Следует иметь в виду, что законодательство большинства стран защищает интересы местных агентов и дистрибьюторов от нежелательного для них преждевременного прекращения

соглашений по инициативе экспортеров. Сумма отступного платежа доходит до нескольких миллионов долларов. В частности, крупные суммы отступного в случае расторжения договора определены законодательством Германии, Франции, Италии независимо от того, что по этому поводу предусмотрено в тексте соглашения.

Выбор внешнеторгового посредника зависит и от выполняемых им операций. В международной практике выделяют несколько видов торгово-посреднических операций: по перепродаже товаров на основе монопольного права, комиссионные, агентские, брокерские.

### **9.3. Виды международных торговых посредников**

Различие видов международного торгового посредничества определяется несколькими факторами. Основными из них являются следующие:

- переход права собственности на товар от поставщика к посреднику;
- наличие у посредника права продажи товара от своего имени;
- длительность взаимоотношений торгового посредника с поставщиком товара.

В зависимости от различных комбинаций этих факторов посредники подразделяются на сбытовых, комиссионеров, агентов и брокеров.

**Сбытовые посредники** на внешнем рынке выступают от своего имени и за свой счет. Сбытового посредника в различных странах называют по-разному: в США и Великобритании – дистрибьютором, в Германии – торговцем по договору или торговцем за свой счет, в Бельгии и Греции – концессионером, в нашей стране все более распространенным становится название такого посредника – дистрибьютор.

Сбытовые посредники заключают с поставщиком продукции контракт купли-продажи и затем продают ее от своего имени. Выполнение ими обязательств перед поставщиком обычно не зависит от выполнения перед ними условий договора покупателями.

Сбытовой посредник обладает большой коммерческой самостоятельностью. В то же время его нельзя приравнивать к простому покупателю. Отношения между экспортером и простым покупателем прекращаются после выполнения взаимных условий контракта купли-продажи. Покупатель вправе перепродавать товар на любых условиях и территории. Между поставщиком и посредником устанавливается длительное сотрудничество, которое регулируется заключенными

между ними, во-первых, соглашением о предоставлении права на продажу товаров и, во-вторых, договорами купли-продажи.

В соглашении оговариваются перечень сбываемых товаров, территория сбыта, право на продажу, минимальный годовой объем реализации, обязательства посреднической фирмы о предпродажной доработке товаров, их гарантийном и техническом обслуживании, предоставлении информации о состоянии конъюнктуры рынка, согласуются взаимные обязанности сторон о содержании на складах запасов товаров, осуществлении рекламных кампаний. Кроме этого обязательно устанавливается способ определения вознаграждения посредника, срок действия соглашения, порядок его продления и досрочного прекращения.

В международной практике сложилось большое разнообразие видов сбытового посредничества – экспортные фирмы, импортные фирмы, дистрибьюторы, стокисты и др.

Экспортные *фирмы* за свой счет закупают товары на внутреннем рынке и перепродают их за границей. В зависимости от выполняемых функций и ассортимента товаров они подразделяются на специализированные, универсальные и сельскохозяйственные. *Специализированные* фирмы торгуют каким-либо одним товаром или сходными товарами. *Универсальные* – широким ассортиментом товаров массового потребления. *Сельскохозяйственные* фирмы создаются в основном в развивающихся странах и занимаются закупкой и продажей на экспорт хлопка, кофе, чая, шерсти, шелка и т. д.

*Импортные фирмы* покупают за свой счет товары за границей и перепродают их на внутреннем рынке оптовым и розничным торговцам. Такие фирмы приобрели большое значение при закупке у зарубежных экспортеров сырьевых и продовольственных товаров, при торговле машинами и оборудованием.

*Дистрибьюторы* – это фирмы в США, Англии и других странах, которые занимаются в основном импортом, как правило, имеют монопольное право на закупку и продажу определенных товаров.

*Стокисты* – это фирмы в стране импортера, которые выполняют экспортно-импортные операции за свой счет и от своего имени на основе специального договора о консигнационном складе.

**Комиссионеры** на рынке выступают и подписывают контракты от своего имени, но за счет продавца. Поставщика товаров при этом называют *комитентом*.

При заключении договоров купли-продажи комиссионер должен придерживаться согласованных с комитентом условий продажи товаров, особенно относительно цены, условий платежа, сроков поставки.

За свои услуги комиссионеры получают вознаграждение, размер которого устанавливается в виде определенного процента от стоимости реализованных товаров либо в виде разницы между более высокой ценой, по которой комиссионер совершит сделку, и ценой, назначенной комитентом. Размер комиссии зависит от многих факторов, в США он составляет 1,5–2,5 % от стоимости сделок, в Европе – в среднем 2,5–4 %.

Комиссионеры могут работать как на территории экспортера, так и импортера, вести дела по реализации или закупке продукции зарубежного и отечественного производства. Они могут также выполнять поручения зарубежных покупателей, получившие название индента (разовое поручение импортера одной страны комиссионеру другой страны на покупку партии товара у производителя страны посредника).

Разновидностью комиссионных операций является консигнация.

**Консигнаторы.** Суть консигнационных операций заключается в том, что экспортер (консигнант) поручает посреднику (консигнатору) реализацию товара со склада в течение установленного срока. Консигнатор не покупает этот товар в свою собственность, а продает от своего имени и осуществляет платежи консигнанту по мере реализации со склада товара покупателям.

Реализация через консигнационный склад дает большие возможности консигнанту в регулировании уровня цен.

На условиях консигнации реализуются в основном товары массового спроса: автомобили, тракторы, запасные части, инструмент и др.

Консигнация может быть следующих видов:

– *безвозвратная*, при которой консигнатор не имеет права возврата товара и по истечении оговоренного срока обязан купить всю непроданную продукцию в свою собственность;

– *частично возвратная*, когда консигнатор обязуется по истечении установленного срока продажи купить у консигнанта согласованное количество нереализованного товара, а остаток продукции вернуть экспортеру;

– *возвратная*, когда весь непроданный консигнатором товар возвращается его собственнику.



**Агенты** не покупают продукцию в свою собственность и не продают ее от своего имени, они оказывают постоянное содействие в заключении сделок от имени и за счет экспортеров (принципалов).

Между экспортером и посредником обычно устанавливается длительное сотрудничество. Минимальный срок агентского соглашения, как правило, два года.

Агент и принципал не состоят в служебных отношениях, т. е. такого рода посредники не являются работниками фирмы, интересы которой представляют. Агентские соглашения, как правило, регулируют общие условия сотрудничества принципала и посредника, а поставка товара осуществляется по самостоятельным контрактам купли-продажи, заключаемым с учетом посреднических договоров.

**Брокеры** сводят заинтересованных продавцов и покупателей, сами при этом не являются стороной сделки и не участвуют своим капиталом.

В отличие от агента у брокера не устанавливаются длительные постоянные взаимоотношения с продавцами и покупателями. Брокер подготавливает проект договора и направляет его сторонам для подписания, а затем передает каждой стороне надлежаще подписанный экземпляр договора. Он не становится собственником товара и не уполномочен на получение платежей.

Посредников такого рода в разных странах называют по-разному: во Франции – *куртье*, в Германии и Швейцарии – *маклерами*, в Англии – *брокерами*.

Один и тот же посредник часто на практике выступает одновременно в разном качестве. По различным видам соглашений он может быть агентом и дистрибьютором, брокером и агентом, выполнять экспортные и импортные операции.

Наиболее сложной посреднической формой является торговый дом. **Торговый дом** – это многофункциональное предприятие, осуществляющее экспортно-импортные операции по широкой номенклатуре товаров и услуг, сочетающее в себе оптового торговца, комиссионера, брокера, финансово-инвестиционное учреждение, консалтинговую фирму и торговца лицензиями.

Торговые дома, как правило, работают по широкой номенклатуре товаров, но могут специализироваться на достаточно узком ассортименте.

#### 9.4. Договоры с внешнеторговыми посредниками

При осуществлении экспортно-импортных операций через посредников предприятия заключают со сбытовыми посредниками, комиссионерами и агентами специальные договоры, определяющие права и обязанности сторон. Брокеры действуют по поручению, сами не выступают стороной сделки, поэтому взаимоотношения с ними регламентируются простыми соглашениями.

Содержание договоров с посредниками определяется по договоренности сторон. Заключенный и подписанный договор имеет правовую силу. В Республике Беларусь нет специального торгового кодекса, регулирующего внешнеэкономические связи. Отношения между предприятиями и комиссионерами, а также предприятиями и агентами определяются Гражданским кодексом Республики Беларусь.

В международной практике используется несколько видов договоров о посредничестве, в частности: об исключительной продаже товаров; о франшизе; комиссии; консигнации; агентский.

Работа посредников на рынках в немалой степени зависит от объема прав, которые предоставит им экспортер. Эти права могут быть: неисключительными; исключительными; преимущественными.

*Неисключительное право продажи*, при котором экспортер оставляет за собой возможность самостоятельно или через других посредников продавать товары определенной номенклатуры на договорной территории.

*Исключительное (монопольное) право продажи*, при котором экспортер берет на себя обязательства продавать товары на оговоренной территории только через данного посредника, при этом лишается права самостоятельного выхода на этот рынок

**Договор об исключительной продаже товаров.** Наименование договора не является еще полностью устоявшимся.

Этот вид договора сложился на практике, и в законодательства лишь некоторых стран (США, Бельгии) имеются нормы, регулирующие отношения сторон по данному контракту.

Обязательным условием договора является предоставление посреднику *исключительного права продажи* на определенный товар на обозначенной территории. Иногда это условие договора дополняется обязанностью посредника включать в контракты со своими покупателями положение, запрещающее им перепродажу купленных товаров.

**Договор комиссии.** Под договором комиссии понимается договор, по которому одна сторона (комиссионер) обязуется по поруче-

нию другой стороны (комитента) за вознаграждение совершать сделки от своего имени, но за счет комитента.

При проведении внешнеторговых комиссионных операций отношения между посредником и комитентом в Республике Беларусь регламентируются главой «Комиссия» Гражданского кодекса Республики Беларусь.

В современной коммерческой практике договор комиссии получил широкое применение при проведении сделок купли-продажи товаров, фрахтования судов, страхования грузов и при выполнении различного рода банковских операций с ценными бумагами.

В договоре комиссии указывается наименование и ассортимент товара, территория реализации, право собственности на товары, условия цены и платежа, порядок выплаты вознаграждения. Многие обязанности посредника, фиксируемые в контракте, связаны с сохранностью товара комитента.

Гражданский кодекс Республики Беларусь допускает возможность отступления посредником от цены, установленной комитентом лишь в нескольких случаях:

Во-первых, комиссионер продает товар по цене, ниже назначенной ему комитентом. Это допустимо, если:

- не было возможности продать товар по назначенной цене;
- продажа по более низкой цене предупредила еще большие убытки для комитента;
- комиссионер не мог предварительно запросить комитента либо несвоевременно получил ответ на запрос.

Не доказав наступления какого-либо из этих условий комиссий, комиссионер обязан возместить комитенту разницу в ценах.

Во-вторых, комиссионер приобретает товар по цене, выше назначенной ему комитентом.

В этом случае посредник обязан немедленно известить комитента о заключении сделки по более высокой цене, а комитент, не желающий принять такую покупку, должен заявить об этом комиссионеру без промедления по получении от него извещения. В противном случае покупка считается принятой комитентом.

В-третьих, комиссионер заключает сделку на более выгодных условиях, чем указаны комитентом.

Посредник может сделать оговорку в отношении качества товаров и гарантийных сроков с учетом местного рынка. Комитент может предусмотреть в договоре оговорку о неконкуренции, право на свое участие в переговорах с третьими лицами и визирование контракта.

Обязательным условием договора комиссии является представление комиссионером отчета о выполнении поручений. Заключив сделку с третьим лицом, посредник должен без промедления известить об этом комитента.

Размер и способ выплаты вознаграждения определяются соглашением сторон. Комиссионер вправе требовать вознаграждение и в том случае, когда заключенная им сделка с третьим лицом не была исполнена по вине комитента. По сложившейся практике комитент не возмещает комиссионеру расходы по хранению находящегося у него имущества. Они покрываются за счет комиссионного вознаграждения.

**Договор консигнации.** Данный договор является разновидностью договора комиссии. По договору консигнации консигнант дает поручение консигнатору на продажу товаров со склада за границей в течение определенного времени (срока консигнации) за вознаграждение.

Консигнатор получает право на продажу товаров только на оговоренной территории. При этом, как правило, предусматривается условие о продаже товаров за пределы договорной территории только с письменного согласия консигнанта.

В контракте определяется максимальное количество товаров, которое консигнатор может держать у себя на складе. Ассортимент товаров строго конкретизирован. Номенклатура и количество поставляемых товаров определяются в самом тексте договора либо в прилагаемой к нему спецификации.

Сроки консигнации могут быть разными в зависимости от товара. Обычно они колеблются от 3 до 24 месяцев, а для машин и оборудования составляют 12 месяцев.

Особое значение в договоре имеют указания консигнанта в отношении цен. Могут быть установлены минимальные цены реализации, ниже которых консигнатор имеет право продавать товар только с предварительного письменного согласия консигнанта. Договор может предусматривать право консигнатора продавать товары по более высоким ценам. При этом, как правило, оговаривается, что цены не должны быть чрезмерно завышены, чтобы товары не потеряли на рынке конкурентоспособность.

В контракте определяется порядок расчета за поставленные на консигнацию товары: валюта платежа и количество дней по истечении продажи товаров, когда консигнатор осуществляет платеж в пользу консигнанта.

Основной обязанностью консигнанта является поставка товаров на консигнационный склад к оговоренному сроку в определенном ас-

сортименте и количестве и поддержание запасов товаров на согласованном уровне. В его обязанности может входить возмещение консигнатору расходов по содержанию консигнационного склада и найму обслуживающего персонала.

Одним из пунктов договора является порядок возврата нереализованных товаров.

Обязательным условием контракта является определение вида, размера и порядка выплаты консигнатору вознаграждения. Оно может быть в виде определенного процента от стоимости проданных товаров или разницы (ее части) между ценой, установленной контрагентом, и той более выгодной ценой, по которой консигнатор совершил сделку.

**Агентский договор.** Под агентским договором понимается договор о совершении одним лицом (агентом) действий по поручению и за счет другого лица (принципала).

Агентские операции в Республике Беларусь регламентируются Гражданским кодексом (глава «Поручение»).

Конечной целью агентского соглашения является установление договорных обязательств между принципалом и третьим лицом. Как правило, обязанностью агента является лишь подыскание для предприятия клиентов, он действует от имени принципала и заключенные при его участии сделки создают права и обязанности непосредственно для принципала. Допускаются и другие способы выступления агента в отношении третьих лиц при выполнении поручения принципала, а именно:

- агент действует от своего имени, но за счет продавца, не раскрывая перед третьим лицом существования принципала;
- агент принимает на себя обязательство заключать сделки от имени и за счет продавца.

Агентские соглашения всех видов имеют одну и ту же экономическую основу. Независимо от того, как выступает агент в отношениях с третьими лицами, он действует в интересах продавца. Вся выгода от совершения сделки падает на принципала. Посредник обязан выполнить данное ему поручение в соответствии с указаниями доверителя, действуя на оговоренной территории.

Основными *обязанностями агента* являются следующие:

- исполнить данное ему поручение принципала лично;
- следовать указаниям принципала;
- предоставлять принципалу информацию и отчетность о своей деятельности.

Агент не несет ответственности перед принципалом за исполнение обязанностей третьим лицом. Исключением является агентский договор, по которому посредник принял на себя условие делькредере.

В обязанности принципала входит:

- принять от посредника заключенную сделку, если она соответствует условиям поручения;
- обеспечить агента средствами и материалами (чертежи, образцы, каталоги, рекламные материалы и т. п.), необходимыми для выполнения поручения;
- возместить посреднику расходы, которые были необходимы для исполнения поручения.

Одной из основных обязанностей принципала является уплата вознаграждения агенту. В агентском договоре предусматриваются размер, срок и способы уплаты вознаграждения. Срок его выплаты обычно ставится в зависимость от времени платежа третьим лицом, с которым агент заключил сделку.

## **Тема 10. ВАЛЮТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ**

### **10.1. Валюта: ее сущность и классификация**

Валюта представляет собой денежную единицу государства, обращающуюся за его пределами и на внутреннем рынке, а также денежные единицы международных валютно-финансовых организаций. В таком понимании валюта имеет следующие значения:

- валюта как денежная единица страны (США – доллар, Беларусь – белорусский рубль);
- валюта как региональная денежная единица и платежное средство (евро в зоне Европейского валютного союза);
- валюта как кредитные и платежные средства, выраженные в иностранных денежных единицах и используемые в международных расчетах (облигации, векселя и др.).

Валюта может классифицироваться по различным признакам и критериям:

**По статусу валюты в сфере обращения** валюта квалифицируется как: национальная, иностранная, региональная, международная. *Национальная валюта* – это денежная единица какой-либо страны, используемая как в ее внутреннем обороте, так и во внешнеэкономических связях и международных расчетах с другими странами. К валюте Республики Беларусь, как национальной валюте, относят:

– находящиеся в обращении, а также изъятые и изымаемые из обращения, но подлежащие обмену белорусские рубли в виде банковских билетов (банкнот) Национального банка Республики Беларусь и монет;

– средства в белорусских рублях на счетах в банках и иных кредитных учреждениях Республики Беларусь;

– средства в белорусских рублях на счетах в банках и иных кредитных учреждениях за пределами Республики Беларуси на основании заключенных соглашений Правительством и Национальным банком Республики Беларусь с соответствующими органами иностранного государства об использовании на территории данного государства белорусских рублей в качестве законного платежного средства.

*Иностранная валюта* включает:

– денежные знаки в виде банкнот, казначейских билетов, монет, находящиеся в обращении и являющиеся законным платежным средством в соответствующем иностранном государстве или группе государств, а также изъятые или изымаемые из обращения, но подлежащие обмену указанные денежные знаки;

– средства на счетах в денежных единицах иностранных государств и международных денежных или расчетных единицах.

К региональным валютам можно отнести денежные единицы, используемые в определенном регионе (евро в ЕВС, афро – как перспективная валюта африканского). Международными валютами являются денежные знаки, свободно принимаемые в расчетах между странами и выпускаемые международными финансовыми организациями (СДР (СПЗ – специальное право заимствования) – валюта, эмитированная МВФ).

**По степени обращения на национальном валютном рынке** различается частично конвертируемая, свободно конвертируемая, неконвертируемая, внешне конвертируемая и внутренне конвертируемая валюта.

*Свободно конвертируемая валюта* – валюта, которая свободно и неограниченно обменивается на другие валюты (американский доллар, английский фунт стерлингов, японская йена, евро, канадский доллар, и т. д.).

*Частично конвертируемая валюта* – валюта стран, где применяются валютные ограничения для резидентов, а также ограничения по отдельным видам обменных операций. Частично конвертируемые валюты обмениваются только на некоторые иностранные валюты и не по всем видам международного платежного оборота.

*Неконвертируемая валюта* – валюта стран, где существует запрет обмена национальных валют на иностранные, применяются различные ограничения и запреты по ввозу и вывозу, покупке и продаже, обмену национальной и иностранных валют и другие методы валютного регулирования.

**По степени обращения на мировом валютном рынке** выделяют главные, второстепенные, экзотические валюты. К главным относят большую пятерку валют (доллар США, евро, швейцарский франк, японская йена, английский фунт стерлингов), а также канадский доллар и некоторые другие (например, австралийский доллар). К разряду второстепенных валют относят денежные единицы Сингапура, Норвегии, Швеции, Омана, Кувейта, Индии, которые обладают недостаточной ликвидностью или ограничениями по применению производных финансовых инструментов. Экзотическим валютам сопутствуют ограничения по объемам операций, рынку срочных сделок и т. д. К ним относят денежные знаки Индонезии, Таиланда, Малайзии, Вьетнама, Китая, Филиппин.

**По видам валютных операций** – валюта цены контракта, нота платежа, валюта кредита, валюта клиринга, валюта векселя, «зеленая» валюта.

*Валюта цены* контракта означает денежную единицу, которой, согласно условиям контракта, оценивается товар, *валюта платежа* – валюта, в которой оплачивается совершенная сделка. Валюта кредита представляет собой валюту, в которой будет совершаться кредитная сделка. Существуют также *клиринговые валюты* – расчетные валютные единицы, которые существуют только в форме бухгалтерских записей банковских операций по взаимным поставкам товаров и оказанию услуг между странами – участницами данного платежного соглашения. *Валюта векселя* – валюта, в которой выражено долговое обязательство. Валюты, называемые «зелеными», соответствуют валютам, используемым ЕС в проведении союзной аграрной политики. «Зеленые» валюты непосредственно в операциях не участвуют, однако используются в инвалютных операциях аграрного сектора ЕС.

**По материально-вещественной форме:** безналичная и наличная. *Безналичная валюта* существует в виде записей на счетах. *Наличная валюта* – это платежное средство, состоящее из банкнот и монет.

Кроме указанных видов валюты могут быть резервными. *Резервные валюты* – это национальные валюты ведущих стран, которые другие государства накапливают и хранят в национальных валютах указанных стран, используют их в международных валютно-кредитных отношениях.



## 10.2. Валютный курс и влияющие на него факторы

Большое значение в современных условиях развития экономики занимает валютный курс как стержень валютной политики государства и пульс экономической динамики в целом. Оптимальное значение обменного курса может привести к достижению внутреннего и внешнего равновесия экономики, причем под внешним равновесием понимается достижение равновесия платежного баланса, а под внутренним – полной занятости.

Соотношение обмена валют называется валютным курсом. **Валютный курс** – это цена (отношение) денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны. Валютный курс национальной валюты может выражаться также и в международных счетных единицах. Установление курса иностранной валюты в национальной валюте (или наоборот) называется котировкой валют.

Валюта, которая покупается или продается, т. е. торгуется, называется *торгуемой*, а валюта, которая служит для оценки торгуемой валюты, – валютой *котировки*. Обычно при обозначении валютного курса иностранная валюта выступает в качестве торгуемой, а местная – в качестве валюты котировки. Такая котировка называется *прямой*: цена определенной величины иностранной валюты выражается в переменных единицах национальной. Некоторые валюты (английский фунт) котируются противоположным методом. Это, так называемая, *обратная* котировка.

Выделяют различные виды валютных курсов: курс покупки и курс продажи; номинальный и реальный; официальный и рыночный; курсы наличных кассовых сделок и сделок на срок и т. д.

*Курс покупки* валюты – курс, по которому банки покупают торгуемую (иностранную) валюту при ее прямой котировке. Курс покупки обозначается **ВІD**.

*Курс продажи* валюты – курс, по которому банк продает торгуемую валюту и покупает национальную при прямой котировке. Курс продажи обозначается как **OFFER**.

Величина, на которую курс покупки отличается от курса продажи, называется *спрэдом*. При заключении сделок между банками и их клиентами в установленные курсы обычно уже включена *маржа*. Другими словами **маржа** – это величина, на которую курс покупки или продажи валюты отличается от межбанковского курса.

*Номинальный курс* ( $E_n$ ) – это определенная конкретная цена национальной валюты при ее обмене на иностранную, и наоборот.

*Реальный курс* ( $E_R$ ) национальной валюты характеризует покупательную способность данной валюты за рубежом. Он рассчитывается путем умножения номинального курса на соотношение уровня цен в двух государствах и служит показателем конкурентоспособности национальных товаров.

Повышение реального обменного курса, т. е. более быстрый по сравнению с темпами обесценения национальной валюты рост цен, является неблагоприятным фактором для развития экономики, поскольку подрывает международную конкурентоспособность экспорта и вытесняет отечественные товары с национального рынка, замещая их импортными.

*Номинальный эффективный валютный курс* ( $E_n^e$ ) – соотношение национальной валюты к курсам валют стран основных торговых партнеров с учетом удельных весов этих стран в валютных операциях данного государства.

*Реальный эффективный валютный курс* ( $E_R^e$ ) определяется как номинальный эффективный валютный курс, скорректированный на уровень цен основных торговых партнеров.

Курс национальной валюты может быть *внутренний* – устанавливаемый по итогам торгов на внутреннем рынке, и *внешний* – устанавливаемый по итогам торгов на валютных биржах за пределами данного государства.

Классификация валютных курсов представлена в таблице 10.1.

Таблица 10.1

Классификация валютных курсов [9, с. 45, табл. 2.1]

<b>Валютный курс</b>	<b>По виду расчета</b>	Номинальный
		Реальный
		Номинальный эффективный
		Реальный эффективный
		Векселя
		Прочие
	<b>По времени осуществления операции</b>	Спот
		Форвард
	<b>По типу сторон</b>	Спроса
		Предложения
	<b>По виду валютных рынков</b>	Внутренний
		Внешний

На состояние валютного курса воздействуют *факторы структурного характера*, отражающие состояние экономики данной страны в целом и влияющие на спрос и предложение валюты. К этим факторам относятся:

- показатели экономического роста (валовой национальный продукт, объемы промышленного производства и др.);
- состояние платежного баланса;
- эмиссионная политика монетарных властей (рост денежной массы на внутреннем рынке);
- уровень инфляции и инфляционные ожидания;
- уровень процентной ставки;
- платежеспособность страны;
- доверие к национальной валюте на мировом рынке;
- репутация страны по выполнению своих обязательств.

Наряду со структурными факторами на состояние валютного курса влияют конъюнктурные факторы, которые постоянно меняются под воздействием тенденций развития на мировом рынке. Среди них необходимо выделить:

- спекулятивные операции на валютных рынках;
- степень развития других секторов мирового финансового рынка, например, рынка бумаг.

### **10.3. Валютные режимы и их классификация**

Механизм определения номинального обменного курса на валютном рынке с регламентированной долей участия государства получил название **режима обменного курса** или **валютного режима**. Различают административный и рыночный механизмы курсообразования. *Административный* режим выступает в форме множественности обменных курсов, т. е. ему присущи практика дифференцированных курсовых соотношений валют по различным видам операций, товарным группам и регионам. Использование административного валютного режима применяется как стабилизационная мера в условиях структурного кризиса экономики для снижения уровня инфляции, накопления золотовалютных резервов и т. д. Впервые множественность валютных курсов стала применяться во время экономического кризиса 1929–1933 гг. Всего множественность валютных курсов официально поддерживают более 30 государств. Среди них большинство с переходной экономикой (Армения, Азербайджан, Грузия, Чехия, Румыния и др.), развивающиеся (Замбия, Йемен, Сирия, Судан, Сома-

ли и пр.), а также в определенный период времени и индустриальные страны (Франция после Второй мировой войны, Бельгия в начале 1970-х). Республика Беларусь до сентября 2001 г., поддерживала практику множественности валютных курсов.

Выделяют три основных *рыночных* типа валютных режимов: режим фиксированного валютного курса, режим регулируемого плавления (промежуточный) и режим плавающего валютного курса. Классификация валютных режимов приведена в таблице 10.2.

Таблица 10.2

Классификация валютных режимов [9, с. 52, табл. 2.2]

Режим обменного курса	Рыночный режим	Режим фиксированного валютного курса	Официальная долларизация
			Валютный комитет
			Привязка к одной валюте
			Привязка к валютному композиту
		Промежуточный режим	Корректируемого валютного курса
			Ползущая фиксация (скользящая)
			Ползущего коридора
			Скользящего коридора
	Режим плавающего валютного курса	Управляемый («грязный»)	
		Независимый («чистый»)	
	Административный режим	Множественность обменных курсов	

**Режим фиксированного валютного курса** – официально установленное соотношение между национальными валютами, допускающее временное отклонение от него в одну или другую сторону, как правило, не более чем на 2,25 %. Режим фиксированного валютного курса включает в себя определенные механизмы курсообразования:

– *официальная долларизация* – это употребление валюты других стран в качестве законного платежного средства. Пользуются данным режимом преимущественно малые страны с небольшим населением,

интегрировавшиеся в экономику своих ближайших соседей (Андорра – французский франк, испанская песета/евро; Кирибати – австралийский доллар и собственные монеты; Либерия – доллар США; Лихтенштейн – швейцарский франк; Маршалловы острова – доллар США и др.);

– *валютный комитет* – фиксация курса национальной валюты к иностранной, причем выпуск национальной валюты полностью обеспечен запасами иностранной (резервной) валюты;

– *привязка курса к одной валюте* – привязка курса национальной валюты к курсу наиболее значимых валют международных расчетов. Курс, фиксированный к доллару США, имеют многие страны Латинской Америки, Африки), некоторые страны с переходной экономикой;

– *привязка курса к валютному композиту* – привязка курса национальной валюты к курсам коллективных денежных единиц, таким как СДР, или к различным корзинам валют стран – основных торговых партнеров. К СДР фиксируют курс своей национальной валюты Ливия, Мьянма и Сейшельские Острова. К другим корзинам валют, оставленным на усмотрение самих стран, фиксируют свои курсы Бангладеш, Ботсвана, Бурунди, Фиджи, Исландия, Иордания, Кувейт и др.).

*Режим регулируемого плавления (промежуточный)* – официально определенное соотношение между национальными валютами, допускающее небольшие колебания валютного курса в соответствии с установленными правилами. Данный режим включает в себя следующие подтипы:

– *режим корректируемого валютного курса* – автоматическое изменение курса в соответствии со сменой определенного набора экономических показателей. Текущий валютный курс может автоматически меняться, например, вслед за изменением уровня инфляции в самом государстве и стране – основном торговом партнере;

– *ползущая фиксация (скользящая)* – механизм установления валютного курса как процента колебаний вокруг центрального паритета, предусматривающий регулярное его изменение на определенную величину;

– *режим ползущего коридора* – валютный режим, при котором поддержание колебаний курса валюты проходит в определенных границах ее паритетной стоимости – зафиксированного соотношения между валютами. Для реализации режима используются две методики: «оглядывания», базирующейся на изменениях уровня инфляции прошлого периода, и «предугадывания», основанной на ожидаемом

или целевом уровне инфляции. Ширина коридора может колебаться от 1 % до 20 % (по 10 % в каждую сторону от паритета);

– *режим скользящего коридора* – установление пределов колебания курса национальной валюты в номинальных терминах без определения центральной паритетной стоимости. В этом случае просто определяются границы в национальной валюте, в пределах которых может колебаться валютный курс.

*Целевые зоны* – параметры валютного курса, к которым страна считает необходимым стремиться. На определенный период времени для стимулирования тех или иных сфер экономики правительство может считать целесообразным поддержание несколько заниженного курса национальной валюты (например, для форсирования экспорта и выправления диспропорций в платежном балансе) или сокращение до минимума колебаний курса (для ограничения инфляции). При данном валютном режиме номинальному обменному курсу разрешено плавать в пределах определенной зоны.

**Режим плавающего валютного курса** – курс свободно изменяется под воздействием спроса и предложения, на которые государство может при определенных условиях оказывать воздействие путем валютных интервенций. Обычно плавающим считается валютный курс, который может изменяться в любых пределах, причем эти пределы законодательно не устанавливаются. Механизм курсообразования при данном режиме подразделяется на управляемое («грязное») и независимое («чистое») плавание.

*Режим управляемого плавающего валютного курса*, или «грязное» плавание – курс устанавливается валютным рынком, а не центральным банком, но с частыми его изменениями. Причем эти изменения не носят автоматический характер и принимают во внимание такие широкие макроэкономические показатели, как состояние платежного баланса страны, объем международных резервов, развитие параллельного рынка валюты.

*Режим независимо плавающего валютного курса* – курс, который определяется на основе соотношения спроса и предложения на валюту на валютном рынке при невмешательстве государства в этот процесс.

#### **10.4. Валютные условия контракта**

Как отмечалось выше, правовой формой международной коммерческой сделки является договор. В основе всех договоров лежит

договор купли-продажи, который в международной практике называется контрактом. Этот документ имеет определенную форму, и помимо условий, изложенных выше, при его составлении требуется соблюдать:

1) валютные условия (валюта цены; валюта платежа; курс пересчета валюты в валюту платежа; оговорки, защищающие стороны от риска потерь);

2) финансовые условия (условия расчетов; меры против необоснованной задержки платежа; формы расчетов; средства расчетов).

**Валюта цены, валюта платежа.** Цена товара выражается в контракте количеством денежных единиц, которое должен заплатить покупатель продавцу в той или иной валюте за доставленный товар или оказанную услугу на условиях, указанных в контракте. Современная рыночная экономика внесла существенные изменения в схему перелива капитала и формирования стоимости товара различными методами. Валюта цены и расчеты с зарубежными партнерами в контрактах существенно различаются в зависимости от того, к какой стране принадлежит торговый партнер.

Межгосударственные соглашения о товарообороте и платежах России со странами, с которыми расчеты ведутся в свободно оборотимой валюте (СКВ), предусматривают, что платежи по торговым и другим операциям могут производиться в любых валютах в соответствии с валютными режимами договаривающихся стран. Экспортер нашей страны заинтересован в том, чтобы и валютой цены, и валютой платежа была определена одна из свободно конвертируемых валют. Это, в частности, защищает от валютных потерь.

При импорте из промышленно развитых стран цены на товары устанавливаются в контрактах с иностранными поставщиками по общему правилу в национальной валюте страны-поставщика. Постоянно действующие рекомендации в данном случае не выдаются, т. к., во-первых, это предмет взаимного согласия, и, во-вторых, курсы валют постоянно меняются, иногда довольно резко.

Предлагается в общем случае придерживаться следующего правила: «множественность курсов вызывает необходимость предельно точной формулировки прав и обязательств сторон при заключении обязательств, из которых вытекает необходимость пересчета валюты цены в валюту платежа во избежание различных толкований.

При выборе **валюты цены** экспортер ориентируется на «твердую», импортер – на «мягкую», курс которой снижается. При выборе

**валюты платежа** экспортер ориентируется на «мягкую» валюту, а импортер – на «твердую».

Валюта цены может быть определена торговым или платежным соглашением между соответствующими странами, она может быть обусловлена торговыми правилами или обычаями.

*Пересчет валют.* В технике пересчета валют также имеются определенные моменты, которые необходимо учитывать договаривающимся сторонам.

В случае, когда валюта цены и валюта платежа не совпадают, указывается пересчет валюты цены в валюту платежа. При этом в контракте необходимо записать:

- дату пересчета. Возможны следующие варианты: на день поступления контракта; на день платежа; наиболее распространен: вечер предыдущего рабочего дня; не шестьюющий дню платежа;

- курс пересчета. Применение при пересчете валют курса продавца выгодно для экспортера поскольку он за единицу иностранной валюты получит больше национальной валюты страны покупателя, и соответственно такой курс менее выгоден импортеру. Поэтому в контракте должно содержаться четкое указание на этот счет; если же нет положений, обязательных для портера, для пересчета чаще пользуются средним курсом (курса продавца и покупателя);

- вид платежного документа: телеграфный перевод; почтовый перевод; курс тратт. По умолчанию применяется курс телеграфного перевода;

- место. Чаще всего принимается национальный рынок платежа.

*Оговорки, защищающие стороны от риска потерь.* Чтобы избежать возможных потерь от пересчета валют, участники внешнеторговых сделок при определении валюты цены товара и валюты платежа должны учитывать не только конъюнктуру соответствующего товарного рынка, характера товара, торговые обычаи, но и необходимость принятия соответствующих мер. В противном случае обозначенная цена может оказаться ниже фактически произведенных расходов на изготовление проданного товара.

Одним из способов нейтрализации или уменьшения негативных последствий валютных рисков может служить сокращение сроков между заключением сделок и осуществлением расчетов по ним, ускорение платежей.

Существуют и специальные методы страхования валютного риска.



**Фиксация цены** экспортного товара в более стабильной валюте с последующим платежом в более «мягкой».

**Мультивалютная оговорка.** Предусматривает корректировку цены при изменении курса, т. е. в договоре фиксируется курс валюты, при котором цена на товар остается неизменной. Далее вводятся поправочные коэффициенты к цене (больше или меньше 1,0) соответственно изменению базового курса. Если речь идет об одной валюте, то это односторонняя оговорка, а если указывается курс к нескольким валютам, то это мультивалютная оговорка.

Однако данный вид оговорки сопряжен со сложными расчетами, поэтому мультивалютная оговорка заменяется в настоящее время оговоркой об изменении суммы платежа в зависимости от изменения курса СПЗ или евро.

**Индексная оговорка.** В качестве гарантии от потерь может быть использован характер определения цены товара. Индексная оговорка как оговорка о пересмотре цен предусматривает, что цена товара и сумма платежа изменяются в соответствии с изменением к моменту платежа определенного индекса цен, обусловленного в контракте, по сравнению с моментом заключения сделки (например, индекса оптовых цен).

**Оговорка о скользящих ценах** (эскалаторная оговорка) – также разновидность оговорки о пересмотре цен. Она предусматривает фиксацию в контракте условной (отправной) цены, которая к моменту расчета может быть пересмотрена в зависимости от изменения ценообразующих факторов.

**Компенсационная сделка**, т. е. взаимная поставка товаров в равной стоимости, также является разновидностью защиты от обесценения валют. Аналогичный смысл имеет страхование бартерной сделки.

Заключение **форвардных сделок** банком по просьбе заявителя. В этом случае банк покупает на бирже по существующему в данный момент курсу обязательство по выплате интересующей заявителя валюты к сроку платежа. Риск обесценения валюты, равно как и всю прибыль при повышении курса покупаемой валюты по отношению к другим валютам, получает продавец такого обязательства.

**Условия расчетов.** В контрактах возможно применение следующих вариантов условий расчетов.

**Расчет в кредит**, т. е. кредит экспортера импортеру или выдача аванса импортером экспортеру. Если покупатель не в состоянии осу-

ществить покупку за счет собственных средств, а продавец заинтересован в сбыте товара, то продавец отказывается от немедленной оплаты товара покупателем и в этой сделке выступает кредитором (кредит поставщика).

**Покупка за наличные** – это платеж в период от момента готовности товара к отгрузке до поступления товара или документов покупателю (импортеру).

Нередко возможно **сочетание покупки за наличные** (на часть товара) **и в кредит** (на оставшуюся часть).

*Мера против неплатежа.* При заключении контракта партнеров не столько интересует пеня, штраф, неустойка, упущенная выгода в качестве имущественной ответственности сторон при невыполнении своих обязательств, в частности, при несвоевременной оплате, сколько гарантия против неплатежа, поскольку обязательства частных фирм не обладают достаточной надежностью.

Самая верная гарантия – правительственные соглашения, банковская гарантия, гарантия крупного предприятия.

## **Тема 11. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ПРОВЕДЕНИЯ ОПЕРАЦИЙ СОСТЯЗАТЕЛЬНОГО ТИПА**

### **11.1. Организация биржевой торговли**

#### **11.1.1. Товарная биржа и особенности биржевой торговли**

*Товарная биржа* – это постоянно действующий рынок, на котором продаются и покупаются однородные товары без их предъявления (зерно, лес, нефть, цветные металлы и др.) по описанию или образцам.

Биржевое дело развивается на протяжении нескольких столетий. Одними из первых были учреждены биржи в Антверпене в 1531 г., в Гамбурге – в 1558 г. В России первые биржи появились в начале, а в США – в конце XVIII века.

В своем развитии товарные биржи прошли путь от сделок на наличный товар к сделкам на реальный товар с поставкой через какое-то время после заключения контракта, затем перешли к современным фьючерсным сделкам, не требующим получения реального товара.

Биржевые операции оказывают большое влияние на цены мирового рынка и конкретных контрактов, на оценку результатов хозяйственной деятельности промышленных и торговых фирм.

В основном к биржевым товарам относится сельхозпродукция, минеральное сырье и продукты его переработки.

Большинство непродовольственных и машинно-технических товаров не может быть реализовано на бирже, т. к. они обладают множеством различных качественных параметров. Бирже также присущи следующие наиболее характерные свойства:

- осуществление купли и продажи не товаров как таковых, а контрактов на их поставку;
- контракты продаются только на стандартизируемые виды товаров, которые можно продавать крупными партиями по образцам или техническому описанию;
- регулярность торгов, позволяющих сосредоточить на бирже большое число покупателей, продавцов, определить базисные рыночные цены;
- свободная купля-продажа и продажа контрактов, когда покупатель волен выбирать продавца, а продавец – покупателя;
- свободное движение рыночных цен, формирующихся под влиянием реального соотношения спроса и предложения;
- осуществление торгов по единым биржевым правилам, действие которых организует рынок;
- активное и непосредственное участие в торгах биржевых посредников (брокеров).

По форме организации биржи делятся на публичные и частные. На публичных биржах право совершать сделки предоставляется как членам биржи, так и предпринимателям. Частные биржи обслуживают только своих членов, наделенных монопольным правом на заключение сделок.

По степени участия посетителей в биржевых торгах товарные биржи делятся на открытые и закрытые. В торгах на закрытых биржах могут принимать участие только биржевые посредники (брокеры), а на открытых – помимо брокеров, также и посетители.

Современные товарные биржи за рубежом в основном являются закрытыми.

### **11.1.2. Биржевые операции**

Все участники международной торговли, желающие купить или продать товар обращаются с поручениями к брокерам, которые подписывают соглашение с клиентами с указанием пределов цен, сроков продажи, объемов товаров и размера вознаграждения за услуги.

Брокеры имеют право по своему усмотрению проверять наличие и сортность товара, затребовать иную информацию, необходимую им для выполнения поручений клиента.

Используются два основных метода ведения биржевого торга: публичный и торговля «шепотом». При публичной торговле торги проводятся с помощью выкриков и дублированием сигналов руками. Сигналы имеют определенную кодировку, понимаемую брокерами и маклерами. При торговле «шепотом» торги проводятся с помощью устной договоренности брокеров, дополняемой обменом письменными контрактами до начала следующего рабочего дня биржи, котировки же сообщаются после завершения рабочего дня.

На биржах производится два вида сделок: на реальный товар («спот») и срочные (фьючерсные) сделки.

Продавец реального товара доставляет его на склад биржи (обычно в течение двух недель) и получает за него свидетельство (варрант), передаваемое покупателю при уплате. Сделки на реальный товар можно заключать с поставкой через 2–3 месяца и на более длительные сроки. В этом случае сделки называются «форвард», а цены при этом корректируются после реальной поставки товара.

Цены «спот» и «форвард» биржевые комитеты публикуют.

Для обеспечения гарантий более качественного исполнения обязательств сторон по фьючерсному контракту на биржах созданы расчетные палаты, через которые оформляются контракты между покупателями и продавцом. Расчетная палата является техническим посредником между контрагентами и благодаря ее деятельности гарантируется выполнение обязательств покупателем и продавцом даже в случае нарушения обязательств одной из сторон путем замены контрагентов. С помощью расчетной палаты достигается также обезличенность сделок.

В состав членов расчетной палаты входят крупные брокерские и торговые фирмы, которые обеспечивают ее необходимыми финансовыми средствами, позволяющими гарантировать выполнение любой биржевой сделки. Финансовые средства расчетная палата формирует за счет поступления их от всех членов, которые, в свою очередь, получают гарантийный задаток от клиентов, желающих приобрести или продать фьючерсный контракт. Задаток должен быть внесен в день сделки, эти средства размещаются на отдельном условном счете и не могут изыматься до тех пор, пока биржевая операция не будет завершена заключением противоположной (офсетной) сделки.

Быстрое развитие биржевой торговли в 70-е и 80-е годы произошло из-за резких и трудно прогнозируемых колебаний на товарных рынках. За день цена может измениться на 3–5 %, за неделю – на 10–15 %, а за год – в два раза и более.

Для уменьшения рисков фирмы прибегают к подстраховочным операциям на бирже путем дополнения обычных коммерческих сделок на рынке реального товара фьючерсными. Колебание цен и возможность в небольшой срок получить большую прибыль привлекают на биржу и спекулянтов.

И спекулятивные, и страховые операции включают всегда сделки фьючерсные (на продажу или приобретение несуществующего товара) и офсетные (обратные им).

Для избежания потерь от изменения цен применяется операция страхования (хеджирования).

Предположим, акционерное общество имеет на складе партию пшеницы. Представитель этого общества дает брокеру указание 16 продать фьючерс на эту партию. При наступлении времени продажи реального товара со склада владелец дает брокеру задание ликвидировать фьючерс, т. е. купить эту партию. Если цена пшеницы упадет, то владелец при ликвидации фьючерса получит в расчетной палате биржи сумму, покрывающую потерю цены; если цена на нее вырастет, то владелец доплатит сумму при ликвидации фьючерса.

А так как товар остался у прежнего владельца, то теперь он его продаст по новой цене. И таким образом хеджирование позволяет избежать потерь при колебании цен. Небольшие расходы владелец все же имеет, т. к. требуется оплатить услуги брокеру, но они незначительны по сравнению с теми, что возникают при движении цены.

Эффект хеджирования основан прежде всего на том, что цены контрактов на реальный товар следуют биржевым котировки, которые лежат в основе заключения и ликвидации фьючерсных контрактов.

В этом случае использование биржи повышает надежность выполнения контракта на реальный товар, на который можно заключать сделки с последующей фиксацией цены. Такая сделка называется «онкольной». Для осуществления ее одна сторона предоставляет право другой установить цену в любой момент в период между подписанием контракта и поставкой товара.

Преимущества, которые дают биржевые операции?

*Во-первых*, достигается снижение рисков возможных неблагоприятных изменений цен как для импортеров, так и для экспортеров. Биржевые контракты фиксируют только уровень цен. В случае неправильного прогноза цен от контрактов можно избавиться без больших потерь, а при покупке реального товара ошибку в прогнозе исправить уже невозможно.

*Во-вторых*, хеджирование дает возможность повысить надежность внутрифирменного планирования. Зафиксированная цена на бирже на большой период времени вперед позволяет экспортеру в наиболее удобное время продать товар наивыгоднейшему покупателю. А импортер, не привязываясь к одному поставщику, может регулировать свои закупки реального товара по времени, сорту и качеству.

*В-третьих*, благодаря биржевым операциям удастся скрыть появление на рынке крупных экспортеров и импортеров за счет анонимности большой емкости биржи по сравнению с рынком реального товара.

*В-четвертых*, для небольших экспортеров и импортеров биржевые контракты обеспечивают надежность исполнения обязательств контрагентами. Надежность обусловлена, прежде всего тем, что стороны рассчитываются друг с другом через расчетную палату, а биржевой комитет надежнее любого конкретного партнера.

*В-пятых*, биржа дает возможность экспортеру расширить емкость рынка. В случае понижения цен и отсутствия спроса на реальный товар экспортер имеет возможность продать биржевые контракты, а затем либо откупить их после реализации товара, либо поставить товар по биржевым контрактам.

*В-шестых*, на основе хеджирования удастся снизить расходы по финансированию торговли. Для сделок с хеджируемым товаром банки предоставляют ссуды на большую сумму и по более низким процентным ставкам, т. к. товар в случае вынужденной его реализации банком будет продан без потерь в цене.

## **11.2. Организация мировых торгов**

**Торги** – это способ выдачи заказов на поставку крупной партии оборудования или на строительство объектов на основании заранее разработанных условий, изложенных в специальном документе-тендере, на основе конкурса, проводимого заказчиком (покупателем) между несколькими поставщиками (продавцами).

С помощью торгов в настоящее время размещают заказы на поставку машин и оборудования, проведение научных, проектных, изыскательских и строительных работ.

Правительства многих стран поощряют размещения заказов организации совместно с госсектором через торги.

Сложность проводимых исследований и строительных работ требует активного привлечения инжиниринговых фирм, специализи-

рующихся в узких видах деятельности и способных справиться с задачами на уровне последних достижений науки и техники.

Заказчики для проведения торгов создают тендерные комитеты, в которых работают технические и экономические эксперты, администрация. Возглавляют комитеты руководители, ответственные за конкретный участок деятельности.

Тендерные комитеты объявляют о проведении торгов, публикуют их условия, делают анализ поступающих предложений, предлагают решения о передаче заказов.

*Торги могут быть открытые и закрытые.* Открытые торги объявляются в газетах и журналах. Участвовать в них могут все желающие. Степень сложности выполняемых работ при открытых торгах ниже, чем при закрытых.

Поставщики (продавцы) должны купить условия у тендерных комитетов за символическую величину – от сотен долларов до нескольких тысяч, тем самым демонстрируется намерение покупателя привлечь к работе крупные, солидные фирмы-продавцы.

При открытых торгах за получение заказов конкурируют десятки фирм, консорциумов.

Предложения участников торгов, оформленные по установленным правилам, должны быть направлены непосредственно заказной корреспонденцией, через агентскую фирму или через своего представителя организации, объявившей торги. Направляются предложения в точно указанные сроки.

Одновременно с подачей предложения на строительство объекта или поставку оборудования фирма-оферент вносит гарантийный залог в пользу организации, выступающей заказчиком. Величина гарантийного залога составляет от 1 до 5 % общей суммы предложения. Залог размещается в одном из банков. Фирмам, проигравшим торги, гарантийный залог возвращается по истечении предусмотренного условиями времени.

При проведении закрытых торгов предложения на участие в них тендерные комитеты рассылают наиболее известным и авторитетным поставщикам (продавцам), зачастую выполняющим заказы на мировом уровне.

Обычно закрытые торги ориентированы на поставку дорогостоящего оборудования, сложные строительные и монтажные работы, и зачастую эти объекты создаются на условиях «под ключ».

По особо важным объектам закрытые торги проводятся в два этапа: вначале открытые преквалификационные торги, а затем – закрытые торги.

Пре kvalификационные торги необходимы тендерным комитетам для ознакомления с достижениями фирмы-продавца не только в бумажных пакетах, но и непосредственно на созданных ими объектах в любой точке земного шара. И по результатам первого этапа отбираются фирмы, которые допускаются для участия во втором этапе.

Тендерные комитеты внимательно изучают все технические характеристики, смету расходов, сроки платежа, сроки создания объекта и другие документы, представленные фирмами и консорциумами. Обычно передача документов в комитеты происходит перед закрытием торгов во избежание утечки информации к конкурентам.

В условиях жесткой конкуренции в международной торговле при закрытых торгах возможен тайный сговор, при котором его участники обмениваются информацией о предложениях по участию в торгах. При этом они заблаговременно определяют, кто из них предложит самые выгодные условия, которые его должны вывести в победители.

Выиграв торги, победитель рассчитывается за оказанную помощь с участниками сговора. Подобная сделка является мошенничеством, имеет секретный характер, подрывает основы свободной конкуренции.

При гласных торгах тендерные комитеты проводят публичное вскрытие конвертов в день окончания торгов. Если торги негласные, то эта процедура отсутствует.

Затем тендерные комитеты несколько месяцев изучают все предложения продавцов, используя весь арсенал приемов и средств анализа технических, коммерческих, юридических сторон этих предложений. Во время изучения предложений комитеты, как правило, посылают запросы для уточнения и разъяснения ряда позиций, что, разумеется, приводит к некоторой утечке информации, но и позволяет покупателю уточнить не только технические параметры, а и стоимость работ.

При гласных торгах в печати публикуется материал о передаче заказов победителям, при негласных – не публикуется, а сообщение направляется победителю.

Во всех странах выигравший торги oferent обязан внести второй залог в качестве гарантий выполнения заказа. Размер залога за ключен в пределах 5–10 % стоимости заказа. В эту же сумму засчитывается и первый гарантийный залог.

В случае отказа oferenta-победителя от выполнения заказа оба гарантийных залога переходят в собственность заказчика, имеющего право заключать контракт с другим поставщиком. После выполнения заказа гарантийные залоги возвращаются поставщику.



## 11.3. Организация аукционной торговли

### 11.3.1. Сущность и классификация международных аукционов

*Международные товарные аукционы* представляют собой специально организованные, периодически действующие в определенных местах, рынки. Здесь путем проведения публичных торгов в заранее обговоренное время и в специально назначенном месте осуществляется продажа предварительно осмотренных покупателем товаров, которые переходят в собственность покупателя, предложившего наибольшую цену.

На аукционах производится продажа товаров, обладающих индивидуальными свойствами. Это исключает возможность замены партий одинаковых по названию товаров, т. к. они могут иметь различные свойства – качество, внешний вид, вкус и т. д. Поэтому аукционные товары до продажи на аукционе должны быть осмотрены или дегустированы покупателем. Предварительный осмотр является обязательным условием аукционной торговли, т. к. ни организаторы аукциона, ни продавцы после продажи товара с аукциона не принимают никаких претензий в отношении качества товара (кроме скрытых дефектов).

Основными предметами торга на международных аукционах являются пушно-меховые товары (в сырье и переработанные), невытая шерсть, щетина, чай, табак, овощи, фрукты, цветы, рыба, тропические породы леса, скот (в основном лошади). Для таких товаров, как пушнина, невытая шерсть, чай, табак аукционная форма является важнейшей формой реализации на международном рынке.

Аукционы дают возможность:

- создать открытую конкуренцию, определить цену на товар, быстро его реализовать по выгодной покупателю цене;
- дают возможность покупателю самостоятельно проверить качество товара;
- гарантируют поставку товара, который уже находится на складе аукциона. Международные аукционы классифицируются по следующим признакам.

*По времени проведения* аукционы делятся на:

- **регулярные** аукционы проводятся специальными аукционными фирмами в том самом месте, в определенное время;
- **нерегулярные** аукционы проводятся тогда, когда возникает необходимость продажи товара.

*По форме организации торговли* выделяют:

– **открытые** организовываются акционерным товариществом, которое монополизировало торговлю определенным видом товара и которое диктует на него закупочные цены; покупатели являются непосредственными участниками аукциона;

– **закрытые** организовываются специальными брокерскими фирмами, которые занимаются перепродажей товаров; покупатели и продавцы непосредственно не принимают в них участия.

*По источнику получения прибыли* аукционы бывают:

– аукционы, получающие прибыль за счет разницы между ценой перепродажи и покупательной ценой;

– аукционы, которые осуществляют перепродажу товаров независимых производителей на условиях комиссии; размер комиссионных зависит от суммы соглашения и типа товара;

– смешанная модель деятельности аукциона, по которой фирма выполняет одновременно операции по перепродаже и комиссионные операции.

*По признаку функциональной направленности* аукционы бывают:

– **торговые** (фирмы) имеют в своем распоряжении соответствующие помещение, оборудование, квалифицированный персонал;

– **торгово-производственные** (фирмы) имеют также собственное производство, что позволяет завершать процесс подготовки товара к продаже.

*По характеру деятельности* аукционы бывают:

– **специализированные фирмы**;

– **брокерско-комиссионные фирмы**;

– **аукционные фирмы, принадлежащие кооперативам или союзам фермеров.**

*Специализированные фирмы* занимаются организацией аукционов и продажей на них аукционных товаров как за свой счет, так и на комиссионных началах и берут на себя выполнение всех функций по подготовке и проведению аукционов. Зачастую они выдают продавцам ссуды под их товары, переданные аукционной фирме для продажи с аукциона.

Специализированные аукционные **брокерско-комиссионные фирмы** играют ведущую роль в торговле чаем, шерстью, табаком, пушно-меховыми изделиями и другими товарами. Обычно они организуют аукционы и продают на них товары по поручению своих клиентов за комиссионное вознаграждение.

### 11.3.2. Техника проведения международных аукционов

Организация и техника проведения международных аукционов имеют свои специфические особенности, которые определяются характером товара. Вместе с тем в их организации есть много общего.

Различают четыре стадии проведения аукционов: подготовка аукциона; осмотр товаров; аукционный торг; оформление и исполнение аукционной сделки.

*В период подготовки аукциона*, который иногда длится несколько месяцев, владелец товара доставляет его на склад организатора аукциона. В течение подготовительного периода проводится подготовка товара к реализации, составляются каталоги, осуществляется рекламная деятельность.

Подготовка, например, пушного аукциона начинается за два-три месяца до предстоящего аукциона. Владелец, желающий реализовать свой товар на аукционе, доставляет его на склад аукционной компании. Специалисты аукционной компании производят необходимую сортировку и подборку товара по возможно однородным качественным признакам. Рассортированный товар разбивается на партии, которые называются лотами. В лот подбирается товар, однородный по качеству: чем ценнее шкурки, тем их меньше в лоте. Например, лот белки, как правило, состоит из 3 тыс. шкурок, норки – 150–350 шкурок, соболя – 5–50 шкурок. Каждому лоту присваивается номер, под которым он заносится в каталог данного аукциона с указанием сорта и количества единиц товара в данном лоте. На основании каталога в порядке нумерации происходит продажа товаров на аукционных торгах. Обычно в каталоге одинаковые по качественным показателям лоты следуют один за другим, образуя ряды-стринги. Из каждого лота или стринга берется образец, который должен полностью соответствовать по всем качественным признакам товару, находящемуся в данном лоте или стринге.

Одновременно с подготовкой аукционных лотов и образцов подготавливается каталог.

В каталоге помещаются условия аукционной продажи: порядок осмотра товаров, порядок продаж и фиксации цен, порядок заключения контрактов, право продажи товара третьим лицам, порядок снятия товара с торгов, порядок оплаты аукционных товаров с указанием банков, через которые должно производиться открытие аккредитивов и оплата.

В подготовку аукциона входит также оповещение возможных покупателей о месте и времени проведения аукциона, о количестве и ассортименте товаров, предлагаемых на аукционе. Для этого за полтора–два месяца до начала аукциона в общей и специальной прессе помещаются рекламные объявления, в которых указываются дата и место проведения аукциона и примерное количество товаров, предлагаемых к продаже. Постоянным и возможным покупателям аукционные компании высылают рекламную брошюру-проспект, в которой указываются основные условия данного аукциона и прилагается приглашение принять участие в торгах.

**Осмотр товаров покупателями**, предполагающими принять участие в аукционном торге, – это вторая стадия в проведении аукциона. Осмотр товаров обычно начинается за неделю или за 10 дней до открытия торгов. Количество дней, отведенных для ознакомления с аукционной коллекцией, зависит от ее размеров и от рациональной организации осмотра. Сокращение сроков, отводимых для осмотра, достигается путем совершенствования оборудования залов, где проводится осмотр товаров (установка удобных вешалок для пушнины, специальных столов для осмотра образцов, ламп дневного освещения, штор на окнах, подвижных тележек для образцов).

Предварительный осмотр товаров является обязательным, т. к. по условиям аукционного торга претензии в случае обнаружения дефектов в товаре (кроме скрытых) после покупки не принимаются. Осмотр товаров проводится в специальных помещениях, где размещаются отобранные от каждого лота образцы товаров. Образцы должны полностью отражать все особенности товара в представляемом ими лоте. Организаторы аукциона несут за это ответственность.

**Аукционный торг** является третьей стадией в проведении аукциона. Он открывается в заранее назначенный день и час и проводится обычно в специальном аукционном зале, имеющем вид амфитеатра. За столом на возвышении перед покупателями располагается президиум аукциона – аукционист, ведущий продажу, и его помощники, в задачу которых входит наблюдение за поведением покупателей, принимающих участие в торге. Над столом вывешивается табло, где загораются порядковые номера предлагаемых к продаже лотов. Покупатели размещаются за отдельными столами или рядами, расположенными амфитеатром. Перед каждым покупателем устанавливается номер, под которым он зарегистрирован на данном аукционе. Аукционист объявляет номер очередной партии лота, предлагаемого

к продаже, и одновременно с этим, на специальном табло, загорается названный номер. Аукционист называет исходную продажную цену, которая обычно является примерной рыночной ценой, существовавшей в доаукционный период. Если никто из покупателей не подаст ему знак поднятием руки или карандаша, кивком головы или выкриком «да» о своей согласии купить товар, аукционист снижает цену до тех пор, пока один из покупателей не выразит свое желание купить его. Если один или несколько покупателей подадут знак о своем желании купить данный лот, аукционист повышает цену.

Существуют два способа повышения цены – *гласный* и *негласный*. При **гласном** способе аукционист объявляет номер лота, выставляемого на продажу, называет начальную цену и спрашивает: «Кто больше?». Покупатель, желающий приобрести лот по более высокой цене, называет новую цену, которая выше предыдущей на величину не ниже минимальной надбавки, указанной в правилах проведения торгов. Аукционист называет номер покупателя, под которым он зарегистрирован на аукционе, новую цену лота и снова задает вопрос: «Кто больше?». Если после трехкратного повторения вопроса не следует нового предложения, аукционист ударяет молотком, подтверждая продажу лота покупателю, который последним назвал наивысшую цену.

При **негласном** способе покупатели подают аукционисту условный знак о согласии поднять цену. Надбавка к цене стандартна, оговорена в правилах торгов и составляет, например, при цене до 10 долларов – 10 центов, при цене свыше 10 долларов – 25 центов. Покупателю, купившему первый лот в стринге и желающему приобрести по той же цене другие лоты из данной партии.

Заключительная стадия аукциона состоит **в оформлении аукционной сделки и сдаче товара покупателю**. Во время аукциона или на следующий день администрация аукциона вручает покупателю контракты на купленный товар; эти контракты подписываются покупателем и являются для него обязательными. Контракт имеет типовую форму. В контракте на пушнину, например, указывается наименование фирмы покупателя, наименование товара, номер лота, количество купленных шкурок, цена за шкурку и общая сумма сделки. Покупатель также указывает в контракте, на чье имя необходимо выписать смету, куда и каким видом транспорта отправить товар.

## Тема 12. УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 12.1. Понятие и виды международных организаций

Термин «международные организации» употребляется, как правило, применительно и к межгосударственным (межправительственным), и к неправительственным организациям. Однако их юридическая природа различна. Для межгосударственной организации характерны следующие признаки: членство государств; наличие учредительного международного договора; постоянные органы; уважение суверенитета государств-членов. С учетом этих признаков можно констатировать, что *международная межправительственная организация – это объединение государств, учрежденное на основе международного договора для достижения общих целей, имеющее постоянные органы и действующее в общих интересах государств-членов при уважении их суверенитета.*

В настоящее время международные организации прочно вошли в структуру системы межгосударственных отношений в качестве важного элемента, без которого само функционирование системы практически невозможно.

Особую актуальность представляют международные экономические организации. Государства, вступая в эти организации, руководствуются задачей приобрести соответствующие преимущества, которые дает то или иное экономическое объединение.

**Большая восьмерка (С8).** Совещания руководителей индустриально развитых стран мира ежегодно проводятся с 1975 г. Решение об их проведении было принято в связи с экономическим кризисом и обострением отношений между США, Западной Европой и Японией по экономическим и финансовым вопросам.

Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД) была учреждена в 1964 г. для ускорения торгового и экономического развития, особенно развивающихся стран. ЮНКТАД играет в системе ООН роль координационного центра для интегрированного подхода к развитию и смежным проблемам в области торговли, финансов, технологии, инвестиций и устойчивого развития.

ЮНКТАД помогает уточнять вопросы и двусторонние консенсусы своими исследованиями, анализом политики и межправительственными обсуждениями в таких областях, как услуги, доступ на рын-

ки, товары, присоединение к ВТО, торговые преференции, торговля и окружающая среда, особое положение и проблемы развивающихся стран, стран с малой экономикой, торговля и окружающая среда, торговля и политика конкуренции, а также упрощение процедур торговли (включая повышение потенциала развивающихся стран по созданию эффективных программ содействия развитию торговли и транспорта). ЮНКТАД включает 192 государства-члена.

ЮНИДО – орган ООН, организация по промышленному развитию, оказывающая содействие в индустриализации развивающихся стран. В рамках общей системы Организации Объединенных Наций ЮНИДО отвечает за содействие в сотрудничестве со 171 государством, являющимися членами ООН, промышленному развитию всех развивающихся стран. ЮНИДО аккумулирует и распространяет информацию по вопросам промышленности и обеспечивает основу для того, чтобы различные участники деятельности в области развития – лица, ответственные за принятие решений в государственном и частном секторах, организации гражданского общества и международное сообщество в целом – могли укреплять сотрудничество, вести диалог и развивать партнерские отношения для решения стоящих перед ними задач. В качестве учреждения по вопросам технического сотрудничества ЮНИДО разрабатывает и осуществляет программы оказания своим клиентам поддержки в области промышленного развития, а также предлагает специализированные услуги по вопросам разработки программ с учетом индивидуальных потребностей.

ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ВТО) – международная экономическая организация, регулирующая правила согласно принципам либерализма. ВТО функционирует с 1 января 1995 г. ВТО помимо торговли товарами регулирует торговлю услугами и торговые аспекты прав интеллектуальной собственности. ВТО имеет юридический статус специализированного учреждения системы ООН. К середине 2003 г. членами ВТО являлись уже 146 стран.

Главная задача ВТО – содействовать беспрепятственной международной торговле. В настоящее время считают, что мировая торговая система должна соответствовать следующим пяти принципам:

1. Отсутствие дискриминации в торговле.
2. Снижение торговых (протекционистских) барьеров.
3. Стабильность и предсказуемость условий торговли.
4. Стимулирование соревновательности в международной торговле.

5. Льготы в международной торговле для менее развитых государств.

#### ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ, ЕС

Включает 27 стран. Основные провозглашенные цели Союза:

- введение европейского гражданства;
- обеспечение свободы, безопасности и законности;
- содействие экономическому и социальному прогрессу;
- укрепление роли Европы в мире.

При анализе политики Европейского Союза можно выделить три основополагающих направления («три опоры»):

1. Экономический и валютный союз (ЭВС).
2. Общая внешняя политика и политика безопасности ЕС (ОВПБ), в которой все больший вес получает военная составляющая – Европейская политика безопасности и обороны (ЕПБО).

3. Сотрудничество государств-членов в области внутренних дел и правосудия.

Международный валютный фонд (МВФ) образован в 1944 г. Цели создания Фонда:

- развивать международное валютное сотрудничество и служить органом такого сотрудничества и консультаций по международным валютным отношениям;
- облегчать рост экономики и сбалансированный рост международной торговли, содействуя тем самым достижению и поддержанию высокого уровня занятости и реальных доходов и развитию производственных ресурсов всех стран-членов как первоочередных целей экономической политики;
- содействовать стабильности валютных курсов, стремиться к тому, чтобы страны-члены поддерживали упорядоченные режимы валютных курсов и избегали конкурентного обесценивания валюты;
- содействовать установлению многосторонней системы платежей по текущим операциям между странами-членами и устранению валютных ограничений, препятствующих росту мировой торговли;
- сокращать длительность и уменьшать степень неравновесия платежных балансов стран-членов.

Членами Международного банка реконструкции и развития (МБРР) являются 184 государства, т. е. почти все страны мира. МБРР является основной из пяти структур Всемирного банка. Главной задачей ВБ является содействие устойчивому экономическому росту в развивающихся странах и сокращению нищеты.



**Европейский банк реконструкции и развития.** ЕБРР является крупнейшим инвестором в регионе, и помимо выделения своих средств привлекает значительные объемы прямых иностранных инвестиций. Однако, хотя его акционерами и являются представители государства, ЕБРР вкладывает капитал главным образом в частные предприятия, как правило, совместно со своими коммерческими партнерами.

## **12.2. Управление внешнеэкономической деятельностью в Республике Беларусь**

Высшими органами управления внешнеэкономической деятельностью в Республике Беларусь являются Президент, Парламент и Совет Министров.

*Парламент* как высший законодательный орган издает законы, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность, разрабатывает основы внешнеэкономической политики государства, ратифицирует торговые договоры с зарубежными странами. К его компетенции относится определение общих принципов валютной политики, утверждение по представлению Совета Министров плана формирования и использования государственного валютного фонда республики, лимита внешнего государственного долга.

По решению Парламента республики могут применяться ответные меры в отношении стран, создающих дискриминационные условия для внешнеэкономической деятельности страны.

*Совет Министров* – высший исполнительный и распорядительный орган власти в республике.

Совет Министров издает постановления и распоряжения во исполнение законов по внешнеэкономической деятельности, осуществляет общее руководство в области отношений республики с иностранными государствами и международными организациями. Совет Министров может ввести ограничения, установить определенные требования по осуществлению операций международного обмена товарами и услугами в целях обеспечения экономических интересов, а также для выполнения международных обязательств республики.

В центральном аппарате государственного управления работают различные комиссии – валютно-кредитная, таможенно-тарифная и др. Комиссии создаются для решения фундаментальных проблем.

*Валютно-кредитная комиссия* была образована с целью координации деятельности министерств, предприятий и организаций рес-

публики по привлечению и использованию иностранных кредитов. На заседаниях валютно-кредитной комиссии рассматриваются инвестиционные проекты, финансируемые частично или полностью за счет иностранных кредитов, возможности выдачи платежных гарантий правительства иностранным кредиторам, вопросы предоставления льгот предприятиям Беларуси в области валютного регулирования и налогообложения, выделения валюты из Государственного валютного фонда министерствам, ведомствам и предприятиям республики.

Валютно-кредитная комиссия имеет статус совещательного органа при Совете Министров республики. Все решения, принимаемые на заседаниях комиссии, носят рекомендательный характер.

Основная задача *таможенно-тарифной комиссии* – разработка предложений по развитию таможенно-тарифной системы республики и выработке механизма по их реализации. По решению комиссии могут быть изменены ставки таможенных пошлин или приостановлено их действие, предоставлены таможенно-тарифные льготы и преференции.

Важное место в системе управления внешнеэкономической деятельностью в республике занимают *Министерство экономики* и *Министерство финансов*. Они осуществляют регулирование экспортно-импортных операций, участвуют в выработке решений по вопросам формирования и использования Государственного валютного фонда, проводят экспертизу инвестиционных проектов, представленных для финансирования за счет иностранных инвестиций.

Значительное место в системе регулирования внешней экономической деятельности принадлежит *Национальному банку республики*. Национальный банк определяет сферы и порядок обращения иностранной валюты на территории республики, разрабатывает мероприятия по регулированию курса белорусского рубля к иностранным валютам, осуществляет контроль за проведением валютных операций. Национальный банк также определяет порядок и выдает разрешение на открытие в республике иностранных банков, их филиалов и представительств.

*Торгово-промышленная палата республики (ТПП РБ)* является общественной организацией, содействующей развитию внешней торговли республики. ТПП оказывает предприятиям практическую помощь в осуществлении внешнеэкономической деятельности. Она является самостоятельным юридическим лицом. При ТПП РБ работает Арбитражный суд.

В число основных функций ТПП входит обобщение и распространение информации об экономике и внешней торговле республики, зарубежных стран и фирм, организация международных выставок и ярмарок, выполнение операций по патентованию за границей изобретений, промышленных образцов и регистрации товарных знаков белорусских предприятий, проведение экспертизы качества и количества, сертификация происхождения товаров, выполнение переводов, консультирование по вопросам внешнеэкономической деятельности.

### **12.3. Административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности**

С целью регулирования ВЭД органы государственного управления издают акты правового регулирования взаимоотношений контрагентов, акционерные законодательства, таможенные кодексы, постановления, обязывающие импортеров и экспортеров на основе их исполнения соблюдать интересы государств, взаимодействующих на внешнем рынке.

*Международные торговые договоры.* Они определяют общие пути развития экономических отношений между государствами, устанавливают торгово-экономический, политический режим взаимодействия, предусматривают условия взаимных расчетов, сроки сотрудничества и т. д. Наилучшие условия для развития ВЭД обеспечиваются в тех случаях, когда страны предоставляют друг другу режим «наибольшего благоприятствования».

*Таможенные формальности.* В их основе лежит таможенный кодекс, утверждаемый законодательным органом. Таможенный кодекс создается в соответствии с таможенной политикой государства. Он определяет общие задачи и функции таможенных органов, порядок разработки, утверждения и использования тарифов, условия освобождения от уплаты пошлин, санкции за нарушение таможенных правил, порядок рассмотрения жалоб.

*Контингентирование и лицензирование.* Контингентирование экспорта и импорта – это количественные или стоимостные ограничения экспорта и импорта, вводимые на определенный срок по отдельным товарам и услугам, странам и группам стран.

*Лицензирование* – это система письменных разрешений, выдаваемых государственными органами на экспорт и импорт товаров. Лицензирование применяется на определенные периоды времени по отдельным товарам, включенным в перечень продукции общегосу-

дарственного назначения. Генеральные лицензии сроком до одного года получают специализированные внешнеэкономические организации в соответствии с государственными экспортно-импортными заданиями. Разовые лицензии выдаются по каждой отдельной сделке на срок, необходимый для ее реализации, но не более, чем на один год.

Контингентирование осуществляется установлением режима выдачи индивидуальных лицензий, при этом общий объем экспорта (импорта) по этим лицензиям не должен превышать объема установленной квоты.

*Антидемпинговые процедуры.* Они представляют собой судебные и административные разбирательства претензий, которые предъявляют национальные предприниматели против иностранных поставщиков, обвиняя их в продаже товаров по заниженным ценам, которые могут нанести ущерб местным производителям аналогичной продукции.

*Ценовые преференции.* Их устанавливают в законодательном порядке некоторые страны путем определения минимальной разницы в ценах, по которым товары и услуги импортера должны быть ниже цен национальных производителей.

*Технические процедуры.* Они устанавливаются в законодательном порядке государственными организациями и представляют собой комплекс мероприятий по проверке соответствия импортируемой продукции требованиям международных и национальных стандартов, отраслевых норм и технических предписаний. Одним из видов технических барьеров является требование сертификации продукции товаров, ввозимых в страну.

Данная процедура может серьезно осложнить сбыт ряда товаров, если заблаговременно не осуществить их сертификацию.

*Импортные процедуры.* Представляют собой правила проведения импортных операций при государственных закупках. Во многих странах в этих случаях покупатель должен провести международные торги с целью выяснения наиболее выгодного продавца.

#### **12.4. Экономические методы регулирования внешнеэкономической деятельности**

*Прямое финансирование экспортеров.* Осуществляется в виде доплат фирмам и компаниям дотаций из бюджета для устранения разницы между себестоимостью продукции и экспортными ценами для получения прибылей. Чаще всего государство выделяет до 30 %

средств, необходимых для проведения научных, исследовательских, конструкторских работ с целью исследования и внедрения новых товаров в экспортном производстве.

*Косвенное финансирование экспортеров.* Производится через сеть частных банков, которым государство выдает специальные дотации на уменьшение кредитных ставок экспортерам. Косвенным финансированием следует считать возврат экспортерам пошлин, выплаченных при ввозе сырья, а также передачу экспортерам правительственных, в том числе и военных, заказов по стабильным и, как правило, высоким ценам.

*Снижение налогов с экспортеров.* Наиболее распространено прямое снижение налогов с фирм, компаний в зависимости от доли экспорта в их производстве. Часто применяется разрешение фирмам-экспортерам осуществлять отчисления в резервные фонды развития экспортного производства с необлагаемой налогом части прибыли.

*Кредитование экспортера.* Кредитование может быть внутренним и внешним. Внутреннее кредитование осуществляется через государственные банки предоставлением кредитов среднесрочных (до 5 лет) и долгосрочных (до 20–30 лет) на развитие экспортного производства в национальной и свободно конвертируемой валюте. При этом предоставление кредитов осуществляется на благоприятных условиях по стабильным ставкам.

Внешнее кредитование нацелено на выделение кредитов импортерам в форме финансовых и товарных кредитов поставщиков экспортной продукции. Государство производит субсидирование из бюджета как фирменных, так и банковских кредитов, которые являются целевыми и, следовательно, должны быть использованы иностранными получателями только для закупки товаров у фирмы или страны кредитора.

*Страхование экспорта.* Оно имеет два направления – внутреннее и внешнее. Внутреннее страхование осуществляется государством, помогающим за счет бюджетных средств перекрывать часть рисков при крупных капиталовложениях в экспортное производство.

Осуществляя внешнее страхование, государство за счет бюджета берет на себя часть политических и коммерческих рисков по экспорту. К политическим рискам относятся войны, правительственные перевороты, резкие изменения политической обстановки, забастовки. Все эти факторы либо затрудняют, либо вообще срывают исполнение контрактов. К коммерческим рискам относятся колебания валютных курсов, банкротства, изменения в таможенной и налоговой системах.

Благодаря страхованию экспортер возмещает почти все потери от рисков.

Страхование экспортных операций в странах с рыночной экономикой осуществляют государственные организации, а также фирмы и корпорации, получающие дотации из бюджета. Страховые государственные организации, как правило, обеспечивают 80–90 % суммы сделки по ставкам значительно более низким, чем частные страховые фирмы.

Дополнительно к административным и экономическим методам регулирования и управления ВЭД в странах с рыночной экономикой проводится организационная, статистическая, исследовательская информационная работа. Осуществляется сбор статистических материалов, анализ состояния и оценка перспектив ВЭД, издаются справочники. С помощью посольств, торговых миссий и представительств государственные службы получают коммерческую информацию, находят иностранных контрагентов. Установлению взаимодействия между контрагентами способствуют международные симпозиумы, конференции, выставки и другие формы ознакомления представителей деловых кругов разных стран с достижениями в экономике, науке, технике.

## Литература

1. Багиев, Г. Л. Международный маркетинг / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, С. В. Никифорова. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 512 с.
2. Бахрамов, Ю. М. Организация внешнеэкономической деятельности. Особенности менеджмента : учеб. пособие / Ю. М. Бахрамов, В. В. Глухов. – Санкт-Петербург : Лань, 2001. – 448 с.
3. Всемирная торговая организация: ориентиры для экономистов и юристов / В. Ф. Медведев [и др.] / под ред. П. Г. Никитенко. – Минск : НО ООО «Бип-С», 2003. – 126 с.
4. Герчикова, И. Н. Международное коммерческое дело : учеб. для вузов / И. Н. Герчикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 671 с.
5. Дегтярева, О. И. Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие / О. И. Дегтярева, Понянова Т. Н., Саркисов С. В. – 2-е изд. – Москва : Дело, 2000. – 320 с.
6. Давыденко, Е. Л. Внешнеэкономическая деятельность Республики Беларусь / Е. Л. Давыденко, В. С. Матюшевский. – Минск : Армита-Маркетинг, Менеджмент, 1998. – 110 с.
7. Козловский, В. В. Мировая экономика: социально-ориентированный подход: учеб. пособие / В. В. Козловский, Э. А. Лутохина ; под ред. Э. А. Лутохиной. – Минск : ИВЦ Минфина, 2005. – 352 с.
8. Республика Беларусь в цифрах, 2008 : крат. стат. сб. / Минстат Республики Беларусь. – Минск, 2008. – 347 с.
9. Национальная программа развития туризма Республики Беларусь на 2006–2007 гг. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2005. – № 137, РН 5/16437. – С. 29.
10. Рудый, К. В. Финансы внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие / К. В. Рудый. – Минск : Выш. шк., 2004. – 348 с.
11. Турбан, Г. В. Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие / Г. В. Турбан. – Минск : Выш. шк., 1997. – 207 с.
12. Курс международного торгового права / А. Тынель [и др.]. – 2-е изд. – Минск : Амалфея, 2000. – 704 с.
13. Экономика Республики Беларусь в системе мирохозяйственных связей : учеб. пособие / Г. А. Шмарловская [и др.] ; под ред. Г. А. Шмарловской. – Минск : БГЭУ, 2006. – 253 с.

Учебное электронное издание комбинированного распространения

Учебное издание

**Лизакова Роза Алексеевна**

# **ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Курс лекций  
по одноименной дисциплине  
для студентов экономических специальностей  
заочной формы обучения**

**Электронный аналог печатного издания**

Редактор *Н. И. Жукова*  
Компьютерная верстка *Е. В. Темная*

Подписано в печать 12.05.09.

Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс».

Ризография. Усл. печ. л. 8,37. Уч.-изд. л. 8,12.

Изд. № 128.

E-mail: [ic@gstu.gomel.by](mailto:ic@gstu.gomel.by)  
<http://www.gstu.gomel.by>

Издатель и полиграфическое исполнение:  
Издательский центр учреждения образования  
«Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого».

ЛИ № 02330/0549424 от 08.04.2009 г.  
246746, г. Гомель, пр. Октября, 48.