

Доц. д-р Иван Спиридонов
Гл. асист. д-р Галина Захариева

ВЪНШНОТЪРГОВСКИ ОПЕРАЦИИ

Свищов
2004

ПРЕДГОВОР

Значението на учебния курс **“Външнотърговски операции”** се обуславя от наложилото се и развиващо се пазарно стопанство в Република България, като неразделна част от световния пазар на стоки и услуги.

Той е с подчертана ориентация към студентите изучаващи тази материя, а също така и към всички които проявяват интерес към нея.

Учебният курс включва: **Външнотърговската сделка – специфични особености, Икономическо съдържание на външнотърговския договор за покупко-продажба, Посреднически операции, Специфични операции, Аукционни операции, Лизингови операции, Тръжни операции, Документи при външнотърговските сделки и приложения.**

Съдържанието е насочено както към теоретични постановки, които задълбочават познанието, така и знания експониращи към конкретни постановки от практиката.

Участието на авторите при разработката на разглежданата проблематика е като следва:

Доцент д-р Иван Спиридонов – обща редакция, гл. първа, втора, трета, четвърта, седма, осма и девета.

Гл. асист. д-р Галина Захариева – гл. пета и шеста.

При подготовката на курса са използвани публикации на видни представители на съвременната наука в областта – Л. Каракашева, Г. Георгиев, Фомичев, Фамински, Рыбалкин, Хинкелман и други. А също така международни издания, специализирана литература и множество web сайтове.

ГЛАВА ПЪРВА

ВЪНШНОТЪРГОВСКА СДЕЛКА – СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ

Международното търговско дело представлява особена област на теоретичните и практически знания, свързани с организацията, техниката на провеждане на международните търговски операции, обслужващи международния търговски обмен на материални ценности и услуги.

Международните търговски операции, като управленска дейност, предполагат наличие на **субекти**, осъществяващи такава дейност. В качеството на субекти на международните търговски операции могат да бъдат разглеждани фирми и организации, получили от държавата право за излизане на външните пазари.

Обект на тези операции са материални процеси, проявяващи се в основата на обмена на стоки, услуги и резултати на производственото и научно-техническо сътрудничество.

Основното икономическо съдържание на външнотърговска сделка се заключава в дейността, насочена към осъществяване на международен търговски обмен между контрагенти от различни страни (Вж. Приложение № 1). По същество външнотърговската сделка възпроизвежда основните характеристики на продажбата осъществена в границите на националния пазар, но същевременно се отличава с няколко съществени особености.

1. СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА

Съдържание на понятието външнотърговска сделка

Под външнотърговска (международно търговска) сделка се разбира **договор (съглашение) между две или повече страни**, за доставка на установени количества и с определено качество стокови единици или оказване на услуги в съответствие с предварително съгласуване между страните условия.

Казано по друг начин, под външнотърговска сделка се разбират всички сделки, свързани с обмен на стоки в материална форма и предоставяне на услуги, обезпечавщи международния стокооборот.

Страните в тези сделки се отнасят към особена категория предприемачи, наречени **комерсанти (контрагенти)**.

Особености на външнотърговската сделка

1. В международната търговия **контрагентите винаги са най-малко от две, а в редица случаи и от повече различни държави**. Последното налага обектът на сделката да пресича различни национални граници с всички произтичащи от това последици.

2. Поради своето естество външнотърговската сделка предполага привличането **на голям брой непреки участници – комисионери, дистрибутори, агенти, спедитори, застрахователни компании, банки, специализирани организации по контрола и качеството и други**, което увеличава сложността и риска на сделката.

3. В процеса на подготовката, сключването и изпълнението на външнотърговските сделки се налага **спазването на определен кръг норми, правила на различните национални законодателства и международни организации, съобразяването с отработените и утвърдени от самата практика търговски обичаи**, както и с тенденциите в развитието на общата външноикономическа политика на страните контрагенти.

4. **Плащането при външнотърговската сделка, най-малко за единия от контрагентите, се извършва в чужда валута**. Възможно е дори плащанията по една и съща сделка да се осъществяват в различни валути. Това увеличава рисковете, свързани с изпълнението на сделката и внася специфични особености във формите, начините и средствата за плащане. Всички тези особености показват, че международните пазари са свързани с риск, както за купувача (вносителя), така и за продавача (износителя).

Технологическият цикъл на външнотърговската сделка предполага следните основни етапа: подготовка, сключване и изпълнение.

2. ПОДГОТОВКА ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКА СДЕЛКА

Подготовката за осъществяване на външнотърговска сделка за покупко-продажба на стоки или услуги условно може да бъде разделена на два подетапа: **обща подготовка** – включваща всички мероприятия, които осигуряват комплексно необходимите условия, благоприятна атмосфера и климат за сключване и изпълнение на външно-търговските сделки като цяло, **конкретна подготовка** – за

разлика от общата, тя обхваща система от мероприятия, насочени към сключването и изпълнението на определена външнотърговска сделка¹.

Общата подготовка включва следните мероприятия:

1. Информационно осигуряване, посредством извършване на предварителни проучвания на международната микро и макро среда;
2. Маркетингови проучвания.

Към конкретната подготовка спадат:

1. Избор на пазар;
2. Избор на контрагент на съответния пазар².

Извършването на предварителни проучвания включва:

- **подобряване, сключване и прилагане на междуправителствени търговски договори и спогодби**, които създават и упражняват нормите за държавно регулиране на външноикономическата дейност. Подобно значение и роля имат рамковите и другите дългосрочни междуфирмени съглашения, постиганите договорености междудържавни (междуправителствени) комисии за научно-техническо, производствено, търговско и др. сътрудничество;

- **прилагане на система от методи и форми на комуникационен маркетинг;**

- **маркетинг – сегментиращ пазара и проучващ потребностите на потребителите;**

- **маркетинг - проучванията;**

2.1. УСТАНОВЯВАНЕ НА КОНТАКТИ И ОФЕРИРАНЕ (ПРЕДЛАГАНЕ)

Възлов момент по пътя на конкретната подготовка на външнотърговската сделка е установяването на контакти между продавача и купувача. Деловият контакт може да бъде резултат от инициативата на всеки един от контрагентите по бъдещата външнотърговска сделка.

¹ Виж: Каракашева. Л. И Б. Боева. Международна сделка за покупко-продажба. Варна, PRINCEPS, 1994, сс. 21-26; Георгиев, Г, Ив. Гълъбов и Б. Андонов. Външноикономическа дейност. София, Апис ромил Колев, 2000, сс. 153 – 161; Каракашева. Л. Външнотърговски операции, ИК ЮРАПЕЛ, 1995, сс.10-23.

² Конкретната подготовка е свързана с установяването на контакти с контрагентите и воденето на търговски преговори.

Продавачът (износителят) може да прояви своята инициатива по различен начин:

- чрез изпращането на информация под формата на рекламни материали, каталози, покани за участие в организирани от него национални или международни конференции, симпозиуми и др.;

- по пътя на установяването на непосредствени контакти с възможните купувачи: на международни панаири, изложби, ревюта, “седмици” или “дни” на държавата, на фирмата, на определената продукция. За целта най-често се използват готови стандартни предложения, генерални оферти и др., подкрепени с демонстрации, рекламни мероприятия, а в определени случаи и от предлаганата стока под формата на експонати и мостри;

- чрез изпращане на търговски предложения (оферти) до възможни купувачи, типови договори или проформа фактури в качеството им на свободни търговски предложения или целенасочена информация за намерението на продавача (износителя) да установи делови контакти.

Когато инициативата за установяване на делови контакти произлиза от купувача може да приеме формата на:

- запитване, което цели получаване на оферта от потенциален продавач (продавачи) (Вж. Приложение № 2);

- поръчка, предполагаща системни делови връзки между контрагентите (Вж. Приложение № 3);

- организиране и провеждане на международен търг с цел привличане на конкурентни оферти;

- изпращане на търговски писма, съдържащи информация за желанието на купувача да установи търговски контакти.

От позицията на продавача (износителя) началото на контактите с купувача (вносителя) най-често се установява с изпращането на търговското предложение, наречено оферта. **Офертата е писмена изява на желанието да се сключи външотърговска сделка за покупко-продажба на определена стока при посочените в нея условия.** Офертата може да бъде направена устно или по телефона, по правило по-късно потвърдена в писмена форма. Лицето или фирмата, която изпраща офертата се нарича **оферент**. От юридическа гледна точка всяко предложение за сключване на външотърговска сделка, произхождащо както от купувача така и от продавача се нарича оферта. В международната търговска практика обичаят е наложил под оферта да се разбира предложение, произхождащо от износителя (продавача).

Офертата може да бъде изработена в свободна форма или върху типови образци. Основно правило при подготовката ѝ е спазването на изискванията за яснота, конкретност, точност и изчерпателност. Текстът на офертата не следва да дава основания за двусмислие, да налага допълнително поясняване и конкретизиране, което би довело до загуба на време, труд и средства.

Както свободно изработените оферти, така и стандартните образци на офертите съдържат определен минимум **информация за фирмата оферент**. Тя е необходима с цел вярна и бърза ориентация на насрещните контрагенти, както и в качеството на рекламno средство. Ето защо, наред със задължителното указание на наименованието, правния статут, адреса, телефона, телекса, телефакса и пр. на фирмата оферент, в офертата се съдържат и данни за годината на основаването на фирмата, наименованията и адресите на по-големите ѝ задгранични филиали и дъщерни предприятия, основни банки, в които се водят сметките ѝ, основен капитал и др. Когато подобна информация не се съдържа в образците на офертата, а тя се изпраща до нов контрагент, тогава посочените данни се представят най-често в приложено към офертата писмо. Препоръчително е офертата да бъде придружена от кратко делово и учтиво писмо, потвърждаващо добрите делови намерения на оферента, което да бъде подписано от лице, притежаващо сравнително големи пълномощия в областта на външнотърговската дейност.

В зависимост от обекта на сделката към офертата могат да бъдат приложени редица документи. Когато се предлагат сложни по характер стоки, при които е необходимо описание на качествената характеристика на обекта или на други условия на сделката, необходимите подробности се излагат в специално съпроводително писмо. Със същите цели към офертата могат да бъдат приложени спецификации, технически описания, чертежи и др., които представляват нейна неразделна част. В тези случаи в офертата се съдържат основните общи условия на предложението със забележка относно направеното доизясняване на условията в приложените писма и документи. Често офертата се придружава от трайно действащи ценоразписи с указания в текста на търговското предложение относно възможностите за корекции в равнището на цените. В случаите когато това е целесъобразно, възможно и ефективно успоредно с офертата могат да бъдат изпратени и мостри от определената стока. Това задължително се посочва в самата оферта или в **отделно писмо**, наречено **авизо** и изпратено най-често успоредно, със или преди експедицията на мострата. Авизото е необходимо, за да може нас-

рещният контрагент своевременно да изпълни необходимите формалности за освобождаване на мострата.

Независимо от формата, под която е изпратена офертата – в свободен вариант или върху типов образец, тя винаги съдържа определен брой условия, които могат да бъдат разделени на **основни (първостепенни) и допълнителни (второстепенни)**. Критериите за разграничение на условията на първостепенни и второстепенни са различни при отделните външнотърговски сделки. Не винаги е лесно да се прави ясно разделение, тъй като тези две групи условия се определят преди всичко в зависимост от естеството и характера на стоката, изискванията на насрещния контрагент и др. В офертата по правило фигурират такива основни условия, като наименование на стоката, количество, качество, цена, срок на доставката, франкировка и др. Понякога в нея не могат да бъдат изяснени условията за опаковка, етикетировка, маркировка, гаранции, арбитражните клаузи и др. В редица случаи обаче, някои от тях също влизат в групата на първостепенните. Например при определени стоки условието за опаковката играе съществена роля, защото предварителното запознаване с предложенията на оферента относно опаковката позволява на купувача да прецени въпросната доставка от гледна точка на собствените му възможности да достави и пази стоката в склад, да използва един или друг вид транспортно средство и др. В други случаи това условие се отнася към групата на първостепенните благодарение на прогресивно развиващата се стандартизация на опаковките и възможностите за палетизация и контейнеризация на товарите.

При формулиране условията на офертата, степента на тяхната изчерпателност и точност е в зависимост от характера на отношенията между контрагентите. В случаите на действаща дългосрочна принципна договореност между страните, офертата може да съдържа необходимия минимум информация за целите на конкретизиране на поредната операция, а във всички останали пунктове се предполага позоваване на общите условия в дългосрочното съглашение.

Съдържанието на офертата може и трябва да се изменя в зависимост от нейното предназначение. Едно и също предложение, изпращано до различни контрагенти, се изработва в различни варианти, като се отчитат интересите и изискванията на купувачите. Доброто познаване на интересите на насрещния контрагент, както и целенасоченото изработване на дадена оферта стоят в основата на нейния успех.

2.1.1. ВИДОВЕ ОФЕРТИ

В международната търговска практика са познати различни видове оферти в зависимост от критериите:

- **степен на ангажираност** (обвързаност) на оферента с предложените от него условия;
- **начин на подработване и изпращане** на офертата;
- **цели, които тя преследва** и др.

Най-голямо практическо приложение и значение има **разграничението на твърда (фиксирана, определена) и свободна оферта**.

Твърдата оферта обвързва оферента с условията, формулирани в офертата, в границите на срока на нейната валидност, наричан **опция** (Вж. Приложение № 4). Ето защо за дадена партида от стоки е правилно да се изпраща оферта само до един възможен купувач. От особена важност е и точното посочване на срока на нейната валидност. Обикновено той се изразява с определена дата, до която офертата се счита за действителна (например: *“Настоящата оферта е валидна до 31.04.2002 г.”*). Опцията може да бъде определена и като срок, който започва да тече от деня на изпращане на офертата (*“Настоящата оферта е валидна в едномесечен срок от деня на изпращането ѝ”*.) В този случай за дата на изпращане се счита датата на пощенското клеймо на отправната пощенска станция или датата на телекса, съответно на факса. Офертата може да бъде твърда и без да съдържа изрично указание за срока на валидност, когато е налице забележка, която изяснява качеството и на такава. Срокът на валидност на подобна оферта се счита разумният срок, в който тя може да бъде получена, да се подготви и изпрати отговор. Подобно офертиране не е целесъобразно да се използва в търговията с непознати или недостатъчно реномирани клиенти.

Приемането без изменения на твърда оферта от получателя означава сключване на сделката при предложените от оферента условия. Най-малкото изменение в условията, направено от страна на получателя, я превръща в **контра оферта**.

По силата на действащите правни уредби в някои страни изпратената твърда оферта може да бъде отзована в срока на нейната валидност, но преди акцептирането и от насрещната страна. Англо-американското законодателство допуска твърдата оферта да бъде отзована в срока на нейната валидност до получаване на известие за потвърждаването ѝ, само ако в офертата не стои изричната забележка “без право на отзив”. В случай, че купувачът приеме офертата

напълно в определения срок се счита, че стоките са продадени на цената и при условията посочени в нея.

Според законодателството на други страни, лицето направил оферта е обвързано с нея докато изтече срока на нейната валидност. Когато не е посочен срок на валидност на офертата, тя трябва да бъде приета в разумен срок.

Изрази, които се използват в твърдите оферти са:

1. *We have pleasure in offering you subject to yo....acceptance by cable 1,000 tons....*

Имаме удоволствието да Ви направим оферта, предмет на приемане с телекс, за 1000 тона....

2. *This offer is made subject to your acceptance by cable (subject to an immediate reply).*

Тази оферта е предмет на приемане с телекс (с незабавен отговор).

3. *We offer you the goods subject to receiving your conf....mation withindays of the date of this letter.*

Предлагаме ви стоките, предмет на получаване. вашето потвърждение в срок от дни от деня на получаване на това писмо.

4. *We hold (or We are holding) this offer open for your acceptance until the 15th of May.*

Тази оферта е валидна до 15 май.

Свободна оферта, необвързваща оферента (оферта “без ангажимент”), се изпраща до повече възможни купувачи за определена партия от стоки (Вж. Приложение № 5). Акцептирането на свободната оферта от купувача, дори без каквото и да било изменение в нейните условия, не означава сключване на сделката, тъй като оферентът не е обвързан с предлаганите от него условия. Ако обаче купувачът приеме всички условия на свободната оферта, се счита, че неговият акцепт представлява твърда **контра оферта**, или той се задължава с нея в случай на потвърждението ѝ от страна на оферента. На практика възможността свободната оферта да бъде изпратена до по-голям брой потенциални купувачи се ограничава от редица *съображения*: икономия на труд и време за изработване на подходящи варианти на оферти³; неизбежният отказ за сключване на сделка с фирмите, акцептирали офертата, с изключение на тези, чиито акцепт отговаря на интересите на оферента; опасността повечето оферти да попаднат в единен център на картелирани купувачи

³ Особено като се има предвид необходимостта те да бъдат съобразени с конкретните изисквания на купувачите.

и др. Ето защо за да се избегнат възможни недоразумения и усложнения, в една свободна оферта следва да стои изричното указание за това нейно качество.

Офертата без ангажимент не обвързва продавача, поради това може да се направи на няколко купувачи. Ако купувачът приеме такава оферта се счита, че стоките са продадени само когато продавачът, след като получи потвърждението от купувача, потвърди продажбата на цена и при условията посочени в офертата.

Някои изрази, използвани в офертите без ангажимент:

1. *We have pleasure in offering you without engagement (or without obligations), 1,000 tons of....*

Имаме удоволствието да Ви предложим, без ангажименти (без задължение) 1000 тона.....

2. *This offers is made without (any) engagement (or without (any) obligation) on our part.*

Тази оферта е направена без каквито и да е ангажименти (задължения) от наша страна.

3. *This offers is subject to the goods being unsold on receipt for your reply.*

Тази оферта се отнася до стоките, останали непродадени при получаването на Вашия отговор.

В практиката офертите се разграничават и от гледна точка на начина и целта на тяхното изпращане. Съобразно тези критерии се различават: **оферта, изпратена в отговор на получено запитване и оферта, изработена и изпратена по инициатива на оферента.** Когато офертата се изпраща в отговор на получено запитване, оферентът е ограничен в своите действия. Подобна оферта е желателно да бъде твърда и да изяснява възможностите на оферента от позицията на задоволяване на изискванията, поставени от купувача. Когато оферентът не е в състояние да предложи приемлив вариант на оферта в отговор на конкретните изисквания на купувача, отговорът приема форма на учтив отказ със запазване на открита възможност за последващи делови контакти.

Когато офертата се изработва по инициатива на оферента, той е свободен в своите действия, съобразява се със собствените възможности и интереси и сам подбира формата на офертата – свободна или твърда. За редица стоки, които се предлагат на международния пазар в масови количества и разнообразен асортимент (най-често стоки за широко потребление с трайно предназначение), износителят може да подработи **генерална оферта**, покриваща неговите реални експортни възможности в един сравнително продължителен

период. Тази оферта, най-често твърда, се изпраща до съответните търговски представителства, смесени фирми, посредници и др. с цел установяване на контакти с фирми - потенциални купувачи. При благоприятен резултат оферентът получава запитвания или директно поръчки от задграничните си контрагенти или чрез посредници.

При използването на представител с изключително право на продажба се практикува **оферта с право на първа ръка или първа оферта. Първата оферта винаги е твърда.** Всяка промяна в условията на тази оферта в полза на купувача налага повторното ѝ предлагане на представителя с изключително право на продажба.

В зависимост от целите, за които се използва офертата, в практиката се различават още: **оферта с цел разузнаване на пазара, защитна оферта, тръжна оферта и др.**

Както свободната, така и твърдата оферта може да играе ролята на средство за разузнаване условията на пласмент на определена стока на международния пазар. В това отношение свободната оферта осигурява по-висока степен на маневреност и по-малък риск за оферента, тъй като не го задължава с условията на изпратената от него оферта, нито с броя на контрагентите, до които тя се изпраща. Наред с това обаче трябва да се има предвид, че свободната оферта значително по-малко привлича вниманието на купувачите, особено в условията на благоприятна за тях конюнктура. Поради това в редица случаи със същите цели по-ефикасно се оказва използването на твърдата оферта, като оферентът съзнателно включва в нея известно неприемливо за купувача условие (висока цена, продължителен срок на доставката и др.). По този начин той има възможност да установи сравнително точно, бързо и конкретно отношението на насрещната страна по останалите условия на сделката и да ускори преговорите при евентуално намерение да сключи сделката. С известен риск, подобна твърда оферта може да бъде отправена до няколко, макар и ограничен брой контрагенти. В практиката тази оферта се нарича също и защитна, като това понятие има и по-широко значение.

Защитна оферта може да бъде изработена и изпратена при картелна договореност на основата на патентно-лицензионно или друго съглашение за разделяне на пазара на сфери на влияние и продажби. Обикновено подобни картелни съглашения предполагат ограничен брой участници, като твърде често тяхното функциониране като цяло или някои клаузи на договора се запазват в тайна. Разделянето на пазарите за пласмент на сфери на влияние при подобни договорености се постига на основата на защитни оферти. В

отговор на запитване, отправено от неориентиран купувач до фирма, участник в картелното съглашение, но задължена да действа в периметър извън въпросния, на купувача, се изпраща защитна оферта. В резултат на включените в подобна оферта неприемливи условия, тя отклонява въпросния купувач към другите участници в съглашението, които по силата на съществуващите клаузи на договора за картелиране са единствените доставчици на търсената стока. В крайна сметка механизмът на защитните оферти отправя купувача към доставчика, установил права на периметъра, в който се намира купувачът.

Когато офертата се изработва с цел участие в международен търг, тя носи названието **тръжна оферта**. Тръжната оферта се подготвя съобразно поставените от организаторите на търга (клиентите) изисквания, конкретизирани в тръжните условия и задължителни за оферентите. Тръжните оферти се изработват и изпращат в строго определена форма и при спазването на редица формални процедури и изисквания по същество, предварително известни на оферентите.

Тръжната оферта се третира като твърда, като срокът на нейната валидност се определя от срока на гаранцията за добросъвестно участие в търга, респ. от действителния срок за произнасяне решението на тръжната комисия за възлагане на поръчката на оферента спечелил търга.

Във външнотърговската практика в качеството на оферта могат да се използват и т.н. **стандартни предложения**, както и образци на някои документи, например проформа фактура. Те се изработват за определена стока с оглед експортните възможности на фирмата и нейните конкретни цели. По същество стандартното предложение е типова оферта, съдържаща основните условия на търговско предложение. Този вид търговски предложения се третират като свободни оферти, освен при изричното указание за противното и се използват предимно при участие в международни панаири, изложби и други международни инициативи, при които се установяват делови контакти с голям брой контрагенти при лични срещи. Стандартните предложения представляват благоприятна основа за провеждане на предварителни търговски преговори, които окончателно могат да бъдат приключени в по-късен период в зависимост от целите и естеството на сделката. Типовите оферти играят сравнително голяма роля в съвременната международна търговия. Чрез тях се печели време при сключването и реализацията на външнотърговските сделки. Този тип търговски предложения се изработват за раз-

лични видове стоки, но колкото е по-сложна качествената характеристика на стоката, толкова по-трудно е съставянето на стандартно предложение поради невъзможността да се унифицират търговските условия, качествените и техническите показатели за сложна продукция. Стандартните предложения притежават и предимството да бъдат използвани в сравнително продължителен период. Те се разработват на няколко езика (най-малкото на обичайните за международната търговска практика езици), за да се постигне оперативност при използването им.

В известен смисъл в качеството на стандартни оферти със свободен характер могат да бъдат третирани и типовите търговски договори – например **борсовите, аукционните** и др. В международната търговска практика най-висока степен на унификация на прилаганите договори се наблюдава в борсовата практика или борсовите контракти. В ролята на стандартни търговски предложения те предлагат най-висока степен на оперативност за контрагентите.

Проформа фактурата се използва широко в качеството на оферта в международната търговска практика. Фактурата е основен документ, в който са отразени първостепенните условия на външнотърговската сделка: количество, цена за единица и обща стойност, транспортни условия и др. Ето защо с изработването на проформа фактура като образец на действителната фактура за продажба, се формулират основните условия на бъдещата сделка, т.е. прави се предложение, съдържащо определящите за една оферта условия. Проформа фактурата се използва и с цел да се ускори движението на външнотърговските документи, да се постигне по-висока стандартизация на външнотърговската кореспонденция, да се съкрати времето за изработване на офертите, да се улесни изпълнението на различни процедури, свързани с набавянето на необходимите документи за оформяне на вноса в дадена страна – лицензии за внос и др.

2.1.2. СЪОБРАЖЕНИЯ ЗА ИЗПОЛЗУВАНЕ НА РАЗЛИЧНИТЕ ВИДОВЕ ОФЕРТИ

Твърде често оферентът следва сам да направи преценка относно изгодността да излезе на пазара с определен вид оферта. Това се налага най-вече в случаите, когато той подработва офертата по собствена инициатива и се съобразява в най-висока степен със собствените си цели, възможности и интереси. С каква оферта да се излезе на пазара зависи от анализа на следните фактори: конюнктурата на съответния стоков пазар; основните тенденции в развитието на

тази конюнктура, експортните възможности на оферента; завоювания от него пазарен сегмент; фазата на жизнения цикъл на дадения продукт и др. Опитът показва, че в тази насока могат да бъдат дадени най-общи препоръки, чиято общопризната валидност се нарушава от редица изключения. Обикновено при **благоприятна за оферента конюнктура**, т.е. когато търсенето превишава предлагането на дадена стока на международния пазар, е желателно да се излиза на пазара със **свободна оферта**, която осигурява известна свобода на действие с оглед изменящите се условия на пазара. В подобни периоди свободните оферти по правило привличат вниманието на купувачите в същата степен, както и твърдите. Обратно – **при неблагоприятна за оферента конюнктура** – предлагането превишава търсенето – **твърдата оферта е за предпочитане**, защото свободните оферти не задържат вниманието на купувачите, които имат големи възможности за избор. Естествено в зависимост от конюнктурата на пазара се развива и инициативата на двете полюсни групи участници – износители и вносителите. При благоприятна ситуация на износителите по-голяма инициатива проявяват вносителите, изпращайки запитвания за получаване на оферти, което означава изработването и изпращане в отговор на твърди оферти. Обратното е при неблагоприятна конюнктура за оферентите.

Когато оферентът има **монополно положение на даден пазар**, свободната оферта играе същата роля, както и твърдата и тя се предпочита, тъй като гарантира в по-голяма степен интересите на оферента.

Особено важно условие за успешно оферирание и пласмент, независимо какъв вид оферта ще бъде предпочетен, е да се държи сметка за експортните възможности на оферента. Проучванията на този важен въпрос са само елемент на маркетинг стратегията и политиката на фирмата и на тях се отделя особено внимание при подготовката за навлизане на даден пазар. Въпросът за постоянното присъствие на даден пазар е от изключителна важност за ефективността на експорта на дадено предприятие. Епизодичните оферти не задържат вниманието на контрагентите и се отразяват зле върху авторитета на подобна фирма - оферент в дадения район на международния пазар. Още по-неблагоприятни последици за даден износител може да има излизането му за определен период от пазара. Това разколебава контрагентите в деловите качества на фирмата износител, внася недоверие в отношенията и следователно води до влошаване на условията при следващите сделки или изобщо до трайно излизане от пазара.

2.1.3. ЗАПИТВАНЕ

Запитването е своеобразна форма на обръщение на купувача към продавача с молба да се изпрати предложение. То съдържа редица общи с офертата положения.⁴ Преди изработването му трябва да се изяснят редица основни въпроси: **къде, на кои пазари, в кои страни, да се изпрати запитването; до кои фирми конкретно да бъде адресирано; кой е най-подходящият момент за изпращането му; в каква форма да бъде направено** и др.

Целта на запитването е да се получат в отговор конкурентни оферти. То винаги се изпраща до няколко възможни фирми в даден отрасъл или подотрасъл, явяващи се износители на въпросната стока на международния пазар. Подработването на запитване се предхожда от системни и задълбочени проучвания на възможностите на страните-износителки, съответно на фирмите доставчици, с оглед постиженията на научно-техническия прогрес, асортиментната и качествената структура на продукцията, търговските и кредитните условия и др., от една страна, а от друга на интересите, целите и възможностите на купувача. Тези проучвания дават възможност да се даде ясен и изчерпателен отговор и на друг основен въпрос с голямо практическо значение, а именно каква е фирмената структура, как са построени организационно взаимоотношенията между фирмите доставчици, до които ще бъде отправено запитването. Доброто познаване на фирмите доставчици на дадена стока на международния пазар позволява запитването за такава стока да бъде изработено в най-пълно съответствие със специфичните особености на тези фирми и да ориентира правилно купувача относно степента на самостоятелност на доставчиците. Тази степен на самостоятелност, обусловена от състоянието на монополните връзки между фирмите доставчици, стои в основата на реалната конкурентност на офертите, изпратени в отговор на едно запитване. Съществува опасност запитването, изработено в различна форма и изпратено до няколко отделни, при това юридически напълно самостоятелни фирми доставчици, да попадне в единен център, обединяващ въпросните фирми в картел, джентълменско споразумение и др. Тези фирми могат да бъдат свързани и в сложна верига на финансови, икономически, производствени и други връзки, което ще резултира в изпращането на привидно конкурентни помежду им оферти в отговор на отправеното запитване. Възможното движение на запитванията към

⁴ Вж.: Гомов, Н.С. и А.С. Третняков. Внешнеэкономическая деятельность. Теория. Практика. Маркетинг. Запорожье, 1998, сс.32-33; Каракашева. Л. Външнотърговски операции, ИК ЮРАПЕЛ, 1995, сс. 24-28.

единен център може да предизвика и невярна представа в доставчиците относно желаното количество или сроковете на доставка на търсената стока. Това ще стимулира предлагането на завишени цени и упоритото им отстояване в хода на търговските преговори.

От голяма важност е запитването да бъде кратко и ясно. В него трябва да се отразят въпросите, които интересуват купувача: **стоката и допълнителна информация за нея (вид, количество, качество); цените; илюстриран каталог, срокове и обеми на доставките** и др. При сложни доставки, запитването се изработва с помощта на специалисти, или представители на заводите и предприятията, за нуждите, на които се закупуват машините, съоръженията, инсталациите и др. В тези случаи съвместно се изработват условията за качествената и техническата характеристика на стоката⁵. Тези подробности са необходими на оферента, за да подготви прецизно и целенасочено своята оферта и да се съкрати времето на последващите преговори по съгласуване на интересите и сключване на сделката.

В запитването центърът на тежестта пада върху **качествената и техническата характеристика на стоката, на срока на доставката и др.** Условието за цената може да бъде повече или по-малко конкретизирано в запитването в зависимост от сложността на обекта на сделката, целите на купувача, продължителността на сроковете на доставка, степен на познаване на контрагентите и пр. За да се осигури максималната за случая свобода на действие при провеждане на търговските преговори, а също и условия за оптимален избор между получените предложения, вносителят не посочва в запитването цена, но формулира известни указания относно условията, при които би желал тя да бъде определена.

Условия за цената при запитване

В запитването вносителят може да постави условието офертата да предлага цена при различни варианти на “ИНКОТЕРМС” (международни търговски термини), за да направи своята оценка относно ефективността на сделката в зависимост от избора на вида на транспорта и принадлежността на транспортното средство и относителния дял на транспортните, застрахователните и други разходи в предложената обща стойност на доставката.

Голямото значение за носителя има също така **степенята на детайлизация на условието за цената в офертата.** Много често

⁵ Напр. мощност, производителност, серийност, количеството на оборотите, срок на откупуване, коефициент на полезно действие, разход на гориво и енергия, тегло, обем, размери, условия, при които ще се експлоатира и т.н.

износителите се стремят да формулират цената като обща стойност на доставката, без указания за цените на отделните основни компоненти, които именно са от особена важност за вносителя. При сложна доставка, вносителят е заинтересуван да получи ясна и конкретна представа за цените на отделните части, възли, детайли, агрегати и др., за да направи изчерпателен и обоснован анализ и сравнения на получените оферти и контраоферти, да си осигури възможността за по-голяма гъвкавост при провеждането на търговските преговори да защити своите интереси. Изясняването на подробностите за цената още в самите оферти, получени в отговор на отправено запитване, дава възможност на вносителя да се ориентира в резултат на какво е завишена цената, респ. общата стойност на офертата, в каква насока от гледна точка на цената е конкурентноспособна всяка от представените оферти. Това може да бъде установено с помощта на специалисти в резултат на компетентен анализ на технико-икономическите и други показатели за качеството и търговските условия на сделката. Предварителното изясняване на този въпрос позволява обоснована преценка за съществуващите реални възможности някои от съставните части на доставката да бъдат внесени при доказана технологична и техническа съвместимост от друг пазар при поизгодни условия или комплектувани от местно производство, при условие, че технически това е изгодно и целесъобразно.

Предварителното изясняване на офертната цена може да бъде поискано и по отношение на разходите за т.н. **допълнителни услуги**, т.е. дали се включва стойността на монтажа, съпровождащата техническа документация, пускането в експлоатация, трудът на специалистите на фирмата оферент при извършването на тези операции, обучението на местни специалисти и т.н. В запитването вносителят може да обоснове необходимостта от изясняване и на въпроса за резервните части – включва ли предложената цена тяхната стойност, в каква асортиментна структура и степен на комплексност, при какви цени ще се извършват последващите доставки на резервни части и др. В подробности тези въпроси намират най-точен и пълен отговор в хода на търговските преговори, но колкото по-добре, по-точно и детайлно са отразени в самата оферта, толкова по-резултатни ще бъдат анализите на получените предложения и по-близка до реалната преценка на изгодността на офертите. Безспорно, посоченият подход на подработване на запитването е приложим и препоръчван при по-сложните операции, най-вече при инженеринговите сделки (комплектни обекти, строителство, монтаж, проучване, проектиране и др.), където запитването придобива вид

на разгърнато технико-икономическо задание на основата на което оферентите изготвят детайлизирана специализирана оферта.

Тясно свързан с условието за цената е въпросът за **начините и условията на плащане**. В запитването внимателно може да се формулира искането да бъдат предложени варианти на това условие на сделката. По този начин е за предпочитане да се формулира възможността доставката да бъде осъществена на кредит. Това предполага в офертата да се посочат и някои указания относно условията на кредита, както и в последствие да бъдат поставени на обсъждане възможностите за уреждане на плащането на основата на принципа на компенсацията, под формата на лизинг и др., в случай че сделката не се предлага директно в посочените варианти.

Срокът на доставката също може да заема важно място от гледна точка на интересите на вносителя. Това условие в запитването се формулира много внимателно, особено когато действително се налагат кратки срокове на доставка, тъй като подобно изискване от страна на купувача се третира от насрещните доставчици като доказателство за бърза и неотложна необходимост от дадена стока и неизбежно влияе върху останалите условия на сделката.

В зависимост от характера на взаимоотношенията между контрагентите, от продължителността на деловите контакти между тях и др. запитването може да приеме **формата на поръчка**, т.е. да съдържа изчерпателно всички необходими условия на сделката. Това се практикува най-често на основата на изградени трайни отношения между контрагенти, принципно изяснени и утвърдени в предварително изработени за целта и валидни за продължителен период от време общи условия на доставки или предварително сключен дългосрочен договор.

Поръчка – индент

В случаите, когато поръчката произхожда от задграничен купувач и е адресирана до експортна комисионна фирма, представител на този купувач, тя се нарича **индент**. Фирмите, които работят с инденти, обикновено изработват за целта стандартизирани образци формуляри, съдържащи основните условия на сделката. Поръчките се водят под съответен номер, който се отразява във всички останали документи на сделката. В практиката се различават два основни вида инденти: **открит индент**, или **определен индент**. В откритият индент купувачът дава най-общо описание на стоката и своите изисквания, като оставя на комисионера да избере подходящата фирма доставчик. При този вид индент комисионерът разполага със значителна самостоятелност и възможност за маневриране на паза-

ра при изпълнение на поръчката. При втория вид индент – **закрит** или **определен**, купувачът, т.е. комитентът, ограничава комисионера в неговите действия, като очертава задължителни параметри на сделката: качество, вид, асортимент. Понякога прилага и мостра на желаната стока и посочва фирмата, от която следва да бъде доставена стоката. В подобен индент купувачът може да направи една поръчка за няколко партиди еднородни или разнородни стоки, отправени на един адрес, докато еднакви по състав отделни партиди от една и съща стока, но предназначени за различни адреси, се поръчват в самостоятелни инденти под различни номера. Практиката на поръчките има редица предимства. Преди всичко се печели време, ускорява се процесът на сключване и реализация на сделките, следователно се ускорява оборотът на финансовите средства и на самите стоки. Възприемането на системата на поръчките позволява те да бъдат направени и по телекса, телефакса или по телефона с последващо писмено потвърждение на телефонния разговор.

3. ПРОВЕЖДАНЕ НА ТЪРГОВСКИ ПРЕГОВОРИ

Дейността по оферирането има за цел да създаде благоприятни условия за бързото сключване на сделката или да създаде основа за провеждане на ефективни търговски преговори. Последните могат да се организират и проведат чрез писмена кореспонденция, по телефона или при лични контакти на контрагентите.

3.1. ТЪРГОВСКИ ПРЕГОВОРИ ЧРЕЗ ПИСМЕНА КОРЕСПОНДЕНЦИЯ

В международната практика търговската кореспонденция се отличава с богати традиции и специфични особености, подчинени на норми, правила и обичаи, свързани с отделната страна, с многостранна договореност или са резултат на дългогодишен опит. Съществуват общоприети или санкционирани от действащи търговски кодекси форми и методи на съставяне и оформяне на търговските писма и другите документи на търговска кореспонденция. През последните години се наблюдава ускорена тенденция на унифициране и стандартизиране на търговската кореспонденция с цел да се ускори оборотът на документите и процесът на тяхната обработка. Все по-голямо значение намират онези методи и форми на изработване и движение на търговската кореспонденция, при които

се гарантира най-висока скорост на оборота и се създават възможности за краткост, прецизност и яснота. В това отношение може да се подчертае нарастващото значение на телекса, факса, електронната поща за осъществяване на търговската кореспонденция.

Писмената форма на установяване и поддържане на контракти и провеждане на преговори между контрагентите на международния пазар следователно запазва своето значение и днес.

Едно от основните правила на всяка кореспонденция е осигуряването на експедитивност на отговора, дори в случаите, когато не е възможно да се даде точен или положителен отговор или не се очаква сключването на сделка. Задължителният учтив отговор следва да формулира причините за отказа и уверения за бъдещи ползотворни делови отношения.

В съвременните условия търговската кореспонденция не винаги може да изясни всичко необходимо в желаните срокове, но в тези случаи практиката е утвърдила разумния подход на ползуване на готови модули на текстове на стандартни писма за поддържане на връзката.

С еднаква степен на значение като бързината на отговора е изискването за **точност и учтивост**. Така, когато износителят получава запитване, разкриващо интерес към неговите експортни възможности, не е желателно той да отговори със стандартно предложение, ценоразпис или каталог. Отговорът, представляващ оферта или не, трябва да съдържа посочените сведения за фирмата износител като статут, годината на основаването и, сумата на основния капитал, необходимия минимум от сведения за видовете, асортиментите и количествата на произвежданата продукция, основни предназначения на продукцията, основни контрагенти на международния пазар и др. и естествено в приложение каталози, ценоразписи, проспекти и др. В деловата търговска практика изискването за точност и прецизност не следва да влиза в противоречие с изискването за краткост, изчерпателност и яснота.

Понятието учтивост е комплексно по своето съдържание и предполага редица изисквания, които трудно могат да бъдат подведени или "облечени" в съответни норми и препоръки с унифицирано значение. Начините на започване и приключване на писмото, стилът на изразяване, езикът, на който се пише бързината на отговора, неговата коректност и изчерпателност са някои от показателите за проявена учтивост при размяната на търговската кореспонденция. Най-трудно, но и най-необходимо е да се спазва учтивият тон при възникване на проблеми в хода на търговските преговори, както

и при самото изпълнение на сделката. При писмената кореспонденция най-добре може да се спазва учтивият тон и да проличава умениято и тактът на съответната страна, което допринася за запазване на добрите отношения в дългосрочен план.

Първият контакт с един контрагент на международния пазар твърде често е търговското писмо. Независимо от благоприятните възможности, необходимостта и доказаната ефективност от създаване и поддържане на лични контакти между контрагентите, **писмата остават едно от основните средства за осъществяване на контактите**. Ето защо правилното им съставяне, оформяне и редактиране са условия за успех на търговеца. Това означава да се познават добре специфичните особености и изисквания към кореспонденцията, предназначена за чужбина. Самостоятелно значение имат такива детайли като качеството, цветът и дебелината на хартията за писмата, тяхното оформление, начинът, по който са разположени и подредени основните условия, информацията за самото предприятие оферент и др. Недопустимо е наличието на грешки и поправки в неугледен вид. Ако към писмото има приложения, те задължително се изброяват в него, за да се провери наличността им и ползуват ли се съобразно назначението им.

Към така посочените правила на кореспонденцията следва да се припомни и четвъртото – **настойчивостта**. Това изискване е еднакво важно при контактите с купувачите и с посредниците. Например: периодичната писмена връзка с посредниците поддържа добрите отношения, доверието и представлява своеобразна форма на контрол върху дейността на посредниците, добро условие за траен контакт с купувачите.

Писмената търговска се отличава с някои специфични предимства в сравнение с другите възможности за делови преговори. Кореспонденцията позволява и предлага благоприятни условия за задълбочено и детайлно обмисляне на третираните въпроси и за ползуване на консултации при вземане на решение. Това означава възможност за компенсиране на недостатъчна компетентност и професионализъм.

Търговката кореспонденция представлява и високо специализиран източник и носител на информация с възможност за непосредствено и бързо ползуване. При съответната система за обработка на тази информация, търговската кореспонденция за дадена конкретна сделка е изключително полезна за последващите.

Внимание заслужава и това предимство на кореспонденцията - нейната доказателствена сила в случаите на възникнали спорове между контрагентите.

3.2. ТЪРГОВСКИ ПРЕГОВОРИ ПО ТЕЛЕФОНА

Използването на телефона за провеждане на търговски преговори струва скъпо като средство за установяване и поддържане на контакт между контрагентите. Към това се прибавят и други недостатъци на телефонните съобщения – възможност връзката да бъде прекъсната, преплитане на разговори, страничен шум, опасност от недоразумение или изтичане на делова информация и др. Ето защо телефонът се използва единствено като средство за конкретизиране и доизясняване на отделни въпроси, свързани със сделката. За целта е необходима предварителна подготовка на телефонния разговор с цел да се печели време.

Поради опасност от недоразумение, както и съгласно установената външнотърговска практика, веднага след приключването му, телефонният разговор се отразява в писмена форма, което позволява използването на резултатите от съответните оперативни работници. Още в деня на провеждането му или най-късно на другия ден резултатите от телефонния разговор се потвърждават с размяна на писма, днес най-често по факса, който все по упорито измества телефона като средство за провеждане на търговски преговори. Въпросните писма следва да бъдат подписани от лица със съответната компетентност или пълномощия.

3.3. ПРОВЕЖДАНЕ НА ПРЕГОВОРИ ПРИ ЛИЧНИ КОНТАКТИ

Установяването на непосредствен – личен контакт, между контрагентите се третира като най-ефективната форма за провеждане на търговски преговори. Директният контакт позволява да се получи необходимата бърза и ясна представа за качествата на контрагента, неговите интереси, степен на заинтересуваност по отношение на конкретния обект на сделката, склонността му към благоприятен изход на преговорите и др. Личният контакт е толкова по-резултатен, колкото по-висока е компетентността на водещите преговорите, т.е. когато те притежават съответните пълномощия да заангажират материално фирмата със своите подписи.

При личните срещи безпогрешно се установява степента на квалификация на търговските работници, тяхната професионална и езикова подготовка, обща търговска култура, доброто познаване на стоката и пазара и др. В определен смисъл обаче, преговорите при

лични контакти са по-трудни поради необходимост от вземане на бързи решения, отсъствие на възможност за продължително обмисляне, консултации и др., но винаги се предпочитат от търговските работници, защото са в състояние да извлекат на основата на собствения си продължителен богат опит очакваната полза от тях.

Провеждането на търговски преговори при лични срещи не се поддава на общоприети правила или на задължителна (формализирана) технология, респ. тактика на участниците. Въпреки неизбежната специфичност на всеки конкретен случай, практиката на провеждане на търговски преговори при лични контакти е изработила някои общовалидни съображения, които биха могли да се окажат полезни за страните по преговорите.

Основна предпоставка за ефективност на търговските преговори при лични контакти на партньорите, първото съображение е тяхната сериозна подготовка. Това означава преди всичко **адекватно, пълно и конкретно информационно осигуряване** на водещите преговори в следните основни направления:

- цел и подцели на подготвяните търговски преговори. Успешните делови контакти предполагат изработването на конкретна програма за предстоящите преговори, съдържаща ясно формулирани главни и второстепенни цели и задачи, които си поставя водещият преговорите, вкл. и съображенията за подхода и реда за постигане на тези цели;

- набиране и обработка на максимално изчерпателна, точна и конкретна информация за: историята на третирания проблем; постигнатите резултати и регистрирани неуспехи; причините, които стоят зад тях; данни, факти, документи (оферти, конюнктурни анализи, справочници, специализирани периодични издания и др.), доказващи правотата и сериозността на отстояваните от водещия преговорите съображения, за да бъдат те достатъчно убедителни за насрещната страна;

- набиране и проучване на целенасочена информация за насрещния партньор: история на деловите контакти с него, характеристиката на поведението му при делови разговори (особености на характера, склонност към отстъпки, стил и метод на установяване и поддържане на контакти и др.), очаквана степен на заинтересованост от сключване на въпросната сделка, интереси и хоби във от бизнеса и т.н.

Подготовката на търговските преговори отчита и едно от основните правила с принципен характер – на практика деловите

контакти и разговори започват от момента на посрещането на партньора и приключват с изпращането му.

Началото на насрочените за определен час търговски преговори тактично следва да бъде поставено с размяната на фрази и въпроси, свързани със странични неща – времето, спортните събития, общи познати и т.н. Подобен увод, съдържащ общоприети любезности, играе ролята **на средство за формиране на благоприятна атмосфера** с цел леко и непринудено въвеждане към основните проблеми на преговорите.

За доброто начало на деловите преговори е решаваща компетентността и способността на контрагентите реално да разграничават първостепенните от второстепенните въпроси на третираната външнотърговска сделка. На тази основа е изграден и т.н. **позиционен метод** за провеждане на търговските преговори. Той предполага конкретното обсъждане на условията на сделката да не се извършва по реда на тяхната значимост – препоръчва се ход от периферията към центъра на обсъжданите проблеми. Обикновено страната, поела инициативата на разговорите в свои ръце, успява да наложи реда на обсъждане, какъвто тя смята за целесъобразен. Това правило има още по-голямо значение при трудни и продължителни преговори. При тях се стига постепенно до основните въпроси, когато се получи реална представа за съображенията на насрещния контрагент по останалите условия на сделката.

От особена важност е още в самото начало да се поеме **инициативата на разговорите**. Обикновено по-големи шансове и възможности за маневриране има този, който владее инициативата, или е активната страна на преговорите. На практика това е трудно и сложно, като се има предвид високото напрежение на поддържане на активността, фактът, че и другата страна се стреми към същото. Ето защо процесът на преговорите трябва да се третира като динамично равновесие на отношенията на контрагентите, а не като статика. Крехкото равновесие е застрашено и колебливо още повече, когато насреща стои професионалист, който отлично познава възможностите на партньора си, стоката, конюнктурата и правилата на международния бизнес.

Подобно значение има и въпросът за необходимостта да се получи пълна и вярна представа за **степената на заинтересуваност на насрещния контрагент** към въпросната сделка. Своевременното изясняване на този въпрос позволява сравнително най-точно да се подбере подходящият или най-благоприятен момент за вземане на решение, т.е. за възлагане или, обратно, за получаване на опреде-

лена поръчка. Ако преговорите се окажат извънредно трудни и тежки, препоръчително е те да бъдат тактично прекратени и насрочени за провеждане в друго, подходящо време. Паузата ще даде възможност да се направят преценки на постигнатото, да се анализират допуснатите грешки и внесат корекции в тактиката. Редица фирми изработват и прилагат **собствен регламент относно времетраенето на търговските преговори при лични срещи.**

Съществено значение има **ефективният и тактично организиран контрол върху поведението на насрещната страна**, като същевременно не се забравя, че това е двустранен процес.

В този смисъл внимание заслужава една съществена особеност на непосредствените делови контакти. Словесният език предава на насрещния партньор не повече от 20-30% от очакваната вярна информация, докато останалите 70-80% се разкриват чрез т.н. физически език, или поведението на тялото. Става дума за мимики, жестове, усмивки и др., зад които професионалистът безпогрешно разкрива раздразнение, благоразположение, притеснение, нервност, нетърпение и т.н. Ето защо водещите търговски преговори по правило се обучават за целта в курсове, организирани от самите фирми, бизнес школи и др.

Ефективното провеждане на търговските преговори при лични контакти на партньорите предполага познаването и спазването на още редица правила, неписани, но трайно утвърдени от международната търговска практика: да умеем правилно да “слушаме” партньора; да владеем професионалния, но и литературния език; да говорим кратко и максимално ясно; да играем добре ролята на домакин; респ. на гости; да владеем техниката на деловите контакти, за да постигнем максимален ефект във минимален отрязък от време и др.

4. ВАРИАНТИ НА СКЛЮЧВАНЕ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА

Успешно проведените търговски преговори завършват със сключване на външнотърговска сделка. Последното може да се оформи по различен начин. В практиката са познати следните варианти:

Първи вариант: въз основа на изработен и подписан от двете страни по сделката **ВЪНШНОТЪРГОВСКИ ДОГОВОР**. Съгласно договора за покупко-продажба едната страна – продавач,

е задължен да предостави в собственост на другата страна – купувач, стоката (услугата), а купувачът да приеме стоката (услугата) като заплати договорената стойност. След съгласуване на условията на сделката въз основа на постигнатата договореност една от страните изработва проектодоговор, подписва го и представя за подпис на насрещната страна⁶. Конкретното подписване на договора може да се извърши в присъствието на страните по сделката (от техни упълномощени представители) или в резултат на размяна на установен брой подписани екземпляри от договора по пощата. Преди окончателното подписване на договора всяка от страните трябва внимателно да прегледа клаузите на договора, като изхожда от постигнатата предварителна договореност поради реално съществуващите възможности да се допускат съзнателни или несъзнателни модификации на съдържанието на условията при формулирането им на съответния език (чужд, минимум за една от страните по сделката).

Втори вариант: ПОТВЪРЖДЕНИЕ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЕ НА ТВЪРДА ОФЕРТА.

Акцептирането (потвърждаването) без изменение на твърда оферта с писмено известие (писмо, телекс, факс) означава, че сделката е сключена при условие, че потвърждението е в срока на валидност на офертата. В този случай комплектът от документи, съдържащ, твърдата оферта и писменото ѝ потвърждение от насрещния контрагент, са доказателство за сключен външнотърговски договор.

Трети вариант: ПОТВЪРЖДЕНИЕ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЕ НА ЕДНА СВОБОДНА ОФЕРТА от страна на купувача, ако е направено в съответната писмена форма и в определен (разумен от позицията на практиката) и последващият акцепт без изменение от страна на оферента. Външнотърговският договор се счита за сключен и когато оферентът потвърди без изменение получената от купувача контраоферта (предлагаща някои изменение) в отговор на изпратена от него твърда или свободна оферта.

Следователно в тези случаи сделката е сключена на основата на три аргумента:

⁶ В редица случаи проектът на договор е обект на неколкостепенни обсъждания от представители на двете страни. Могат да бъдат използвани и типови образци на договори, прилагани в практиката на фирмата оферент (а понякога и на фирмата купувач), със съответно допълнително изработени и приложени към договора документи, съдържащи необходимите подробности и конкретизация на отделни клаузи на договора.

- **свободна оферта**, писмено потвърждение на офертата без изменение;

- писмено потвърждение от страна на оферента, на получения от купувача акцепт;

- **твърда оферта**, писмено потвърждение на твърдата оферта, с искане за изменение на условие (условия) в офертата, писмен акцепт от страна на оферента на контраофертата с исканото изменение.

Четвърти вариант: ПОТВЪРДЕНА БЕЗ ИЗМЕНЕНИЕ ПОРЪЧКА, получена от купувача, също означава сключена външнотърговска сделка при условията, съдържащи се в тази поръчка. Потвърждението на поръчката може да бъде направено с писмо, по телекса или факса, които на свой ред могат да потвърждават акцепт, предварително направен по телефона.

По редица обясними причини последните два варианта намират все по-широко приложение в практиката: динамично развитие на международната търговия и от тук обективната тенденция да се търсят методи и средства за ускоряване на процеса на обработка на външнотърговските сделки; развитието на техническия прогрес в сферата на комуникациите и информацията; нарастващият относителен дял на комплексните външно икономически операции, предполагащи трайни делови контакти, респ. най-бърза размяна на информация и др.

Изборът на един от споменатите варианти за сключване на външнотърговски договор се определя от конкретните условия в дадения момент: степен на познаване на контрагента; продължителност на връзките със съответната фирма; утвърдени традиции, методи и форми за договаряне с различните контрагенти; сложност на доставката и величина на нейната стойност; срок за изпълнение на сделката, вид на външнотърговската операция и др.

ГЛАВА ВТОРА

ИКОНОМИЧЕСКО СЪДЪРЖАНИЕ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКИЯ ДОГОВОР ЗА ПОКУПКО-ПРОДАЖБА

Външнотърговският договор за покупко-продажба (наричан по-долу само външнотърговски договор) включва редица **условия** на сделката, които се различават по съдържание и форма в зависимост от сложността и вида обекта на покупко-продажбата, вида на външнотърговската операция и др. В много случаи той се явява необходимо условие за сключването на други договори (за застраховка, банкови услуги, транспорт, инспекция и контрол на качеството), които са пряко свързани с реализирането на сделката и гарантирането на интересите на всички участници в сделката.

Реализацията на външнотърговската сделка преминава през три етапа⁷:

Първи етап – “Преддоговорна дейност”. Участниците в сделката на този етап са производители, доставчици, износители, купувачи, потребители и др. Етапът завършва с избор на търговски партньор. Използват се следните основни видове документи: предложение, запитване, поръчка, комисионен договор и др.

Втори етап – “Дейност по сключване на договора”. На този етап след съгласуване на клаузите договорът се подписва. Използват се документите – договор, потвърждение на поръчка, проформа фактура и др.

Трети етап – “Изпълнение на договора”. Тук се осъществяват операции по подготовката и експедирането на стоките, тяхното освобождаване от митниците, различни разчетни операции и др. Документите използвани на този етап са: експортни фактури, митнически декларации, удостоверения за внос/износ, сертификати за произход, за качество, ветеринарни и фитосанитарни свидетелства, застрахователни и транспортни документи и др. Външнотърговският договор за покупко-продажба, в условията на договорни отношения между стопанските субекти, изпълнява три основни функции:⁸

⁷ По-подр. виж: Гълъбов, Ив. Документи при външнотърговските сделки. София, Сиела, 1995, с. 11

⁸ Цит. съч. Рыбалкин, В. и колектив. Международные Экономические Отношения, Москва, Юнити, 2000, с. 437-438.

- юридически скрепява отношенията между страните, придавайки им характер на задължения, изпълнението на които е законово защитено;
- определя реда на извършване на действия от страните, както и способите за това;
- предвижда мерки за осигуряване изпълнението на задълженията на контрагентите.

Тези основни функции са в пряка връзка с условията на договора за покупко-продажба. В зависимост от последиците, до които води нарушението на съответните клаузи на договора, условията на външнотърговския договор се разделят на **първостепенни** (основни, съществени) и **второстепенни**. При неизпълнение на първостепенно условие на договора другата страна има право да откаже стоката, да анулира договора и да потърси обезщетение за понесените загуби. Нарушението на несъществено условие не води до анулиране на договора, а само до възмездяване на понесените щети.

От гледна точка на характера на тяхното съдържание условията на външнотърговския договор могат да се групират в търговски, транспортни и правни. **Търговските условия** са свързани със самия обект на сделката – предмет на договора, количество, опаковка, приемане и предаване на стоката и др. **Транспортните условия** формулират правата и задълженията на контрагентите по придвижването на стоката от продавача до купувача. **Правните условия** регламентират отношенията между страните по сделката в случаите на нарушения на договорните клаузи.

От гледна точка на задълженията, които създават за продавача и купувача се разграничават:

- **условия, които обвързват пряко продавача** (напр. да достави стоката, да осигури преминаването на риска и собствеността върху купувача, да набави и предостави определени документи и др.);
- **условия, които обвързват пряко купувача** (да приеме стоката, да плати договорената цена и др.);
- **условия, които обвързват продавача и купувача**. Тук могат да се посочат:
 - възмездяване на щетите, нанесени на другата страна по сделката;
 - право на предсрочно прекратяване на договора при определените в него условия за целта и др.

Когато външнотърговският договор се сключва въз основа на класическия подход, трябва да се спазват редица формални изисква-

ния, трайно утвърдени в практиката. В лявата част на договора се поставя указание за мястото, където е сключен, а в дясната – датата на сключване на договора. Текстът на договора започва с въведение, което съдържа формулировките за правния статут на контрагентите, пълните им фирмени наименования, както и ролята, която те играят като страни по сделката – продавач (респ. доставчик), купувач (респ. получател) на обекта на сделката. Фирмените наименования съдържат седалищата и юридическите адреси на съответните фирми контрагенти. Информация се записват така, както това е направено при регистрацията на съответните фирми.

При наличието на връзка между въпросния договор и предшестващите го, както и при постигнатата определена договореност в резултат на предложения на продавача или купувача, във въведението се правят конкретни позовавания. В съвременните условия, предлагащи богати възможности за машинна обработка на документацията, още в тази уводна част се нанася номерът на договора, под който той фигурира във всички останали документи. Позоваването на договора и потвърдени предложения преди подписването на въпросния договор също може да се осъществи с определена номерация (кодификация).

1. ПРЕДМЕТ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА

След въвеждащата част следва описание на **предмета на външнотърговския договор**. Той е първото основно условие на всяка сделка.⁹ Предметът трябва да е формулиран в подходяща и възможно най-прецизна форма. Правилно и изчерпателно посоченото **наименование** на стоката, предмет на договора, трябва да дава представа за основното съдържание, предназначение, вид и асортимент на стоката. В случай, че сделката касае сложна машиностроителна продукция, то заедно с приетото наименование се посочват: производителност, разход на гориво, мощност, габарити и др. При по-богата асортиментна структура на стоката, тя следва да бъде описана подробно и пълно със задължително посочване на съответните количества в приложена към договора спецификация (Вж. Приложение № 6). Съгласно постигнатата договореност наименованието на стоката може да бъде дадено на езика на единия от контрагентите или на обичайно утвърдения и прилаган в междуна-

⁹ Цит.съч. Георгиев, Г, Ив. Гълъбов и Б. Андонов. Външноикономическа дейност. София, Апис ромил Колев, 2000, с. 162.

родната търговска практика език, което би спестило евентуални недоразумения, дължащи се на езикови грешки.¹⁰

Наименованието на стоката, обект на външнотърговска сделка, се съобразява с митническата тарифа в страната на износителя и вносителя, което улеснява и ускорява митническата обработка на стоката при пресичането на границите и издаването на необходимите за целта документи (митническа декларация, лицензия за внос, фитосанитарни свидетелства и др.). За редица стоки има изработени международни стандарти, в които съответните стоки носят унифицирани и утвърдени наименования. Това съображение също трябва да бъде взето предвид при формулиране на наименованието на стоката, обект на сделката.

2. УСЛОВИЕ ЗА КОЛИЧЕСТВОТО НА СТОКАТА

Количеството на стоката се посочва успоредно с наименованието на стоката и описанието на асортимента или да бъде формулирано като самостоятелно условие, като съдържа следните основни въпроси:

- единица мярка за измерване на доставяното количество стока – в зависимост от нейния вид – брой, килограм, тон линеен метър и т.н.
- прилагана система за измерване;
- точно определяне на количеството в зависимост от избраната мерна единица;
- съотношение между условието за количеството, от една страна, с условията за опаковката.

- ЕДИНИЦА МЯРКА ЗА КОЛИЧЕСТВОТО НА СТОКАТА

В зависимост от вида на стоката като единица мярка най-често се посочват: килограм, тон, метър, литър, кубически метри и др. Когато стоката, обект на сделката, може да бъде представена в бройни единици, определянето и формулирането на количеството е сравнително леко и бързо. Например за машини, прибори, редица потребителски стоки с трайно предназначение, както и за стоки,

¹⁰ Така например, когато се касае за химикали, лекарства, препарати, билки и др., обикновено наред с обичайното наименование на стоката в общо приетия език и всекидневна употреба, се привежда и наименованието на латински, вкл. формулата отразяваща химическия състав и други подробности в зависимост от естеството и предназначението на стоката.

които могат да се продават по т.н егализирано тегло, количеството се изразява в бройки. **Егализираното тегло** предполага възможността стоката да се опакова в стандартни опаковки – чували, щайги, бали и пр., като всяка от тях има еднакво тегло заедно със съдържимото в нея количество стока, при допускане на незначителни отклонения. Общото тегло на доставката в този случай се определя като произведение от теглото на една опаковка по общия им брой. Проверката и доказването на теглото при предаването и приемането на стоката се извършва с помощта на репрезентативния метод, т.е. претеглят се случайно избрани опаковки от общата доставка, които трябва да покажат в резултат егализираното тегло, получено като частно от разделянето на общото им тегло на броя на избраните за проверка опаковки. С егализираното тегло може да се продава кафе, какао, захар, памук, вълна и др., опаковани в торби, чували, денкове, както и пресни плодове и зеленчуци – в щайги, кутии и др.

- СИСТЕМА ЗА ИЗМЕРВАНЕ НА КОЛИЧЕСТВОТО НА СТОКАТА

При изработване на условието за количеството трябва да се имат предвид специфичните особености при третирането на този въпрос в отделните страни. Тези особености създават определени трудности при формулирането на условието и са свързани с:

1. Наличието все още на **различни мерни системи** в отделните страни.

Някои държави все още прилагат англо-американската система на измерване (напр. фунт, унция, дълъг тон), която е различна от тази в страните от Европа, Латинска Америка и в много от страните в Африка и Азия. Поради това при различия в системите за измерване, прилагани в държавите контрагенти по сделката, количеството на стоката се формулира съгласно двете мерни системи;

2. Прилагане на **специфични мерни единици за някои стоки** в международната търговия – денк, чувал, бала с егализирано тегло, което може да бъде различно в отделните страни. Например в Бразилия един денк памук тежи 180 кг., а в Египет един денк памук може да има четири различни значения; един бушел пшеница тежи 27,22 кг. в страните с метрична измерителна система и 25,40 кг. по американската система; баг – мярка за брашно (торба) в САЩ = 127 кг. и мярка за кафе в Индия и Африка равна на 85 кг.; барел – мярка за течности, в САЩ за петрол, равна на 158,76 л., за бира – 117,3 л., в САЩ общо се приема за 158,98 л., в Англия и Канада за напитки –

163,56 л., а в Англия за масло равна на 182,5 б.л. (Вж. Приложение № 7);

3. Възможността една и съща единица мярка за тегло да носи различни наименования в отделните страни – такъв е случаят с метрически центнер или квинтал, наричан още двоен центнер в някои страни;

За някои стоки за единица – мярка се **приема количеството в определена опаковка**, като се изхожда от съществуващите в международната търговия установени стандарти – например на международния пазар циментът се продава в торби, всяка от които съдържа 50,8 кг. цимент.

- МЕТОДИ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА КОЛИЧЕСТВОТО НА СТОКАТА

Количеството на стоката може да бъде определено като твърдо фиксирана цифра или формулировката да осигурява възможност за колебания в определени граници. Когато условието предполага фиксирано количество на стоката на купувача може да се предостави и правото да осъществи последващи покупки при същите условия, в рамките на определен срок, за което той е длъжен да уведоми продавача. Тази възможност се отразява в договора с изразите **“по избор”**, **“по опция”**.

При масовите стоки (стоки които се продават в насипно или наливно състояние) посоченото количество се допълва с уговорка, която допуска отклонение от него в определени граници (**толеранси**) или това е т. нар уговорка формулира **“около”** (about, circa, environ). Уговорката **“около”** може да бъде отразена във външно-търговския договор с различни формулировки: пред цифрата, изразяваща количеството на стоката се поставя думата **“около”**; след цифрата, определяща количеството, се поставя изразът **“повече или по-малко с ...%”**, след цифрата, определяща количеството се поставя знакът **+/-...%**.

Понякога уговорката се базира на търговските обичаи, установени в практиката. Например допустимите отклонения при доставките на кафе се движат в границите на **+/-3%**, на каучук **+/-2,5%**, на дървен материал **+/-10%**, на нефтопродукти **+/-10%** и др.

- ОТНОШЕНИЕ МЕЖДУ УСЛОВИЕТО ЗА КОЛИЧЕСТВОТО И ОПАКОВКАТА НА СТОКАТА

В договора следва да се уточни, дали посоченото количество включва опаковката/амбалажа или не. В зависимост от това се

разграничават **тегло бруто**, **тегло нето**, **тегло полунето** или **тегло полубруто**, **бруто за нето**.

Под **тегло бруто** се разбира теглото на стоката заедно с тарата¹¹ и опаковката. Освен тарата стоката може да бъде опакована още в една или няколко опаковки, като тази, в която тя се продава пряко на потребителите, се нарича вътрешна или първична търговска опаковка¹².

Тегло полубруто се получава, като от теглото бруто на стоката се извади теглото на тарата (амбалажа). Ако веднага след амбалажа е поставена първичната опаковка на стоката, теглото полубруто съвпада с **теглото полунето**. В случай, че освен в амбалажа стоката е опакована в още няколко опаковки преди първичната, тогава е на лице разлика между теглото полубруто и полунето. Това означава, че теглото полунето е равно на теглото нето на стоката плюс теглото на непосредствената вътрешна опаковка, без която стоката не може да се продава на потребителите.

Теглото нето е теглото на стоката без каквато и да било опаковка.

Понякога в условието за количеството на външнотърговския договор се посочва, че теглото на стоката се разбира **бруто за нето**, което означава, че цената на стоката за тегловна единица включва стойността на амбалажа и опаковката. Тази възможност се използва най-често, когато:

- цената на амбалажа и опаковката не се отклонява чувствително от цената на самата стока за единица мярка;
- стойността на амбалажа и опаковката е незначителна в сравнение с високата стойност на самата стока;
- стоката променя теглото си под влияние на климатичните особености и атмосферни условия по време на транспорта;
- стоката се продава по егализирано тегло.

Включването на уговорката “около” във външнотърговския договор предполага уточнения и относно цената, като се установяват начини за определяне на цената на количеството, доставено в плюс, за да не се създаде възможност за едностранно използване на измененията на конюнктурата (преди всичко на цените) на

¹¹ Тарата е най-външната опаковка на стоката (чувал, сандък, кашон и др.), в която обикновено стоката се транспортира или влиза в контейнер. Тарата може да се нарича и амбалаж.

¹² Например кутийката на цигарите, флакончето на парфюма или на дадено лекарство, тубата на пастата за зъби, бутилката при спиртните напитки и безалкохолните напитки и др. са първична опаковка на стоката.

международния пазар в деня на доставката. При превоз по море, който е основен за стоките в насипно или наливно състояние, уговорката “около” създава определени улеснения за страната, която поема задължението да транспортира стоката. Уговорката “около” дава възможност на продавача да се освободи и от плащането на т.н. **мъртво навло**¹³ (dead freight) т.е. когато може да се натовари повече стока от договореното количество на наетия кораб.

3. УСЛОВИЕ ЗА КАЧЕСТВОТО НА СТОКАТА

Формулирането на съдържанието на това условие трябва да бъде направено прецизно и изчерпателно. Същевременно с това е необходимо използването на минимален брой качествени показатели с цел да се улесни проверката при приемането на стоката, както и да се отстрани възможността за неправилно тълкуване в случай на спор. Конкретното формулиране на условието за качеството може да бъде извършено с помощта на термини, възприети във външнотърговската практика или чрез конкретно описание на цялостната характеристика на стоката. Познати са следните основни варианти за определяне на качеството на стоката във външнотърговския договор:

- ПРЕГЛЕДАНО-ОДОБРЕНО (VU ET APPROUVE (INSPECTED) APPROVED (WIE BESICHTIGT))

Този термин намира приложение в случаите, когато предмет на външнотърговската сделка са стоки, намиращи се в наличност и/или притежаващи специфични индивидуални особености, което налага предварителното им преглеждане от купувача (подобни са продажбите на консигнация или сделките, сключени на международните търговски аукциони). Това предполага невъзможност купувачът да направи рекламация относно качеството на стоката при получаването ѝ, тъй като тя е прегледана от него преди сключване на сделката.¹⁴

¹³ Обезщетение, изплащано от наемателя на кораба на корабособственика, ако наемателят натовари всички стоки, предвидени в договора за морски превоз и корабът пътува с непълен товар по вина на товародателя.

¹⁴ Изключение се прави само в случаите, когато купувачът е в състояние да докаже, че предявената от него рекламация се отнася до скрити дефекти на стоката, които не са могли да бъдат установени в процеса на нейното преглеждане, но са се проявили след получаването ѝ или в процеса на самото потребление.

Терминът “прегледано-одобрено” условно се прилага и в случаите, когато съгласно споразумението между страните по договора се предвижда стоката да се прегледа след доставката ѝ. Това означава да се признае правото на купувача да анулира сделката, ако не одобри качеството на стоката. Този частен вариант на термина се прилага обичайно при дълготрайни делови отношения между контрагентите по сделката, както и увереност в качеството на предлаганата от продавача стока.

- КАЧЕСТВО ПО СТАНДАРТ (UP TO STANDART)

Стандартът е документирана техническа спецификация,¹⁵ която определя характеристиките на един продукт като качество, начин на използване, предпазни мерки или размери. Той е установена характеристика на съвкупност от физическите, химическите и други свойства на стоката, на обичайната за нея опаковка и основните принципи на технологичния процес на изработването ѝ.

В търговската практика се прилагат държавни стандарти, стандарти изработени и утвърдени от национални асоциации, отраслови съюзи или частни предприятия, а също и международни стандарти, резултат от дейността на специализирани за целта международни институти по стандартизацията.

Когато условието за качеството във външнотърговския договор се изразява с даден стандарт, се прави позоваване на този стандарт съгласно съответното му обозначение – номер и дата, организация, която го е изработила и утвърдила. В случаите, когато качествената характеристика на стоката се изразява по стандарт, най-изгоден вариант за продавача е възприемането на национален за него стандарт. Това му дава възможност да произвежда, опакова и доставя съгласно познатата и усвоена производствена и търговска практика. В последните години обаче все по-често приложение намират международните стандарти и тези, приети от най-конкурентно способните производители и износители на определени стоки на международния пазар. В основата на тази тенденция стоят редица фактори: повишаване на изискванията спрямо качествената характеристика на стоките, ускоряващата се практика на инвестиционно, производствено и научно-техническо сътрудничество и коопериране на фирмено равнище и т.н.

Рекламации могат да бъдат предявени и срещу вреди, нанесени на стоката по време на транспорта.

¹⁵ Хинкълман, Ед. Световен речник по международна търговия. ИК “Хермес”, 1997, с. 274.

- КАЧЕСТВО ПО СТОКОВА МАРКА

Определяне качеството чрез позоваване на стокова марка се практикува за отлично познати и трайно утвърдени под дадена стокова марка произведения, предлагани от също така добре познати и реномирани на международния пазар фирми. Този начин на формулиране на условието за качество е характерен за външнотърговски сделки между редовни контрагенти, чиито делови отношения почиват на традиционни връзки, доверие в качеството на стоката и изпълнението на сделката.

- КАЧЕСТВО ПО “ТЕХНИЧЕСКИ УСЛОВИЯ” И СПЕЦИФИКАЦИИ

Когато за дадена стока от групата на машиностроителната продукция са установени специални изисквания към качествената и характеристика, се прилагат т.н. “технически условия”. Те съдържат подробна техническа характеристика на стоката и могат да бъдат изработени както от фирмата производител и потвърдени от купувача, така и от самата фирма купувач, приети от доставчика съгласно договора. Това качество се използва при изпълнение на поръчки за уникално оборудване, сложни комплектни съоръжения, апаратура, кораби и др. Техническите условия могат да бъдат формулирани в текста на самия договор или в приложения към него¹⁶.

Подобен на посочения вариант за определяне на качеството е използването на “спецификации”, които се прилагат към договора и съдържат описание на технико-икономическата характеристика на изделието. Спецификациите могат да се изработват от износителите (производителите), от съюзи, асоциации и др. както национални, така и международни. Това налага при позоваването на спецификации в условието за качеството да се посочи организацията от която произхождат, а в някои случаи да се повтори в текста на клаузата за качество в договора основна информация, съдържаща се в спецификациите.

- КАЧЕСТВО ПО МОСТРА (ПО ТИПОВ ОБРАЗЕЦ), (QUALITY BY SAMPLE)(SIPLE ECHANTILLON, MUSTER)

Качеството по мостра е специфичен начин за установяване качеството на стоки, който се използва във външната търговия.¹⁷

¹⁶ Като производителност, КПД, разход на гориво, състав на материалите за неговата изработка, технологични изисквания и др.

¹⁷ Цит. съч. Делибалтов, Ив. Основни термини във външната търговия. С., ИК Май, 1994, с. 48.

Същността се изразява в договаряне на сделката по изработени 2 или 3 еднообразни екземпляра мостри¹⁸, които се запечатват и съхраняват от контрагентите до окончателното реализиране на сделката. При сключване на сделката продавачът предава един екземпляр на купувача, а другият запазва за себе си. Ако договорът предвижда необходимостта от изработването на трети образец, той се предава в запечатан вид на посочена в договора търговска палата, посредник или друг неутрален институт. Третият образец се приема за доказателство, когато възникват спорове относно качеството на стоката при нейната доставка и се пази в определен срок след доставката на последната партида от стоката. Качеството на стоките, които са доставени на купувача, трябва да отговаря на предварително одобрените мостри.

Съществува и вариант на условието “според мострата”, при който купувачът предава на продавача свой типов образец. Това означава продавачът да възпроизведе получения от купувача типов образец (контра-мостра) и само след одобрението от страна на купувача на контра-мострата, сделката се счита за сключена с условие “според мострата, одобрена в договора”.

Качеството по мостра се практикува за:

- сравнително еднородни стоки, притежаващи родови признаци, т.е. принадлежащи към една продуктова линия, но не достатъчно унифицирани, за да се продават по стандарт (например селскостопански стоки);
- за стоки, стандартизирани в страната производител, но не и на международния пазар (напр. промишлени стоки за широко потребление - трикотаж, конфекция, обувки, галантерийни и парфюмерийни стоки и др.). Самото естество на тези стоки, както и богатата им асортиментна структура на международния пазар, благоприятстват предпочитанието към този начин на формулиране на клаузата за качеството във външнотърговския договор;
- при външноикономически операции за преработка на чужди ресурси в готова или полуготова продукция¹⁹. Понякога, при действащи национални или международни стандарти за поръчваната готова продукция, доставчикът на ресурси, които

¹⁸ Мострата (моделът, типов образец) е представителен образец на предмета на покупко-продажба и трябва да даде представа за реалното средно добро качество на стоката.

¹⁹ Виж: Каракашева, Л. И Б. Боева. Международна сделка за покупко-продажба. Варна, Принцепс, 1994, с. 105

преработващата организация ще превърне в готов или полу-готов продукт, желае предварително да се увери в неговото качество. За целта преработващата организация произвежда мостри, които следва да бъдат одобрени от страна на доставчика;

- за стоки от растителен произход (зърнени храни, кафе, какао, памук и др.) с известни специфични особености на приложение. Обикновено за тези стоки износителите (възможно и вносителите) определят в началото на сезона типови образци със задължително посочване и на района на произхода. Върху основата на тези типови образци се формулира качеството на стоките в ключваните договори за покупко-продажба в продължение на съответния сезон. Образците служат и като основа за доказателство за изпълнение на договорните задължения на доставчика по отношение на качеството. Този своеобразен вариант за определяне на качество “по типов образец” е характерен за борсовата търговия.

Формулирането на клаузите за качеството в договорите за покупко-продажба на подобни стоки може да бъде извършено и чрез позоваване на качествена характеристика на **определен базисен сорт** от съответната стока. По същество тук се формулира клаузата за **средно базово качество**, което предполага, че при доставката на стоката са **допустими отклонения (толеранси)** в качеството, като се изхожда от основните качествени показатели на приетия за основа базисен сорт. В съответствие с това средно базисно качество в договора се формулира и средна базисна цена, допускаща корекции. В случай, че качеството на доставената стока е по-добро от договореното средно базисно качество и е в границите на допустимото отклонение, купувачът заплаща на продавача премия (надбавка) върху цената (**бонификация**). При доставка на стока с по-ниско качество от договореното качество продавачът прави отбив или отстъпка от цената (**рефакция**).²⁰

- КАЧЕСТВО “ТАКОВА КАКВОТО Е” (“ТЕЛ-КЕЛ”, TELLE-QUELLE)

При условието за качеството “такова, каквото е” купувачът се зъдължава да приеме всяка стока, ако тя отговаря на наиме-

²⁰ Подобна отстъпка от цената може да бъде направена при доставка на стока и без наличието на клауза за средно базисно качество, когато по взаимно съгласие на страните по договора тя се възприема като начин за уреждане на възникнал спор по повод на предявена от вносителя рекламация за влошено качество.

нованието и предназначението си. Логическата предпоставка, че продавачът е длъжен да достави стоката със средно добро качество, не е достатъчна гаранция срещу евентуалното му недобросъвестно отношение, поради което тази уговорка се избягва. Практикува се най-вече при продажбата на стоки “на корен” или когато сделката се сключва преди прибирането на реколтата на съответната стока.

- КАЧЕСТВО ТАКОВА, КАКВОТО Е ДОБИТО (“ТУ ВЕНАН”, TOUT VENANT)

Съгласно този вариант за определяне на качеството на стоката тя трябва да бъде доставена и приета такава, каквато е добита без каквато и да било обработка или подобрене. Прилага се при сделките за покупко-продажба на руди, въглища, каменна сол, дървен материал др.²¹

- КАЧЕСТВО ПО ПРОИЗВОДСТВО НА ГОТОВ ПРОДУКТ (РАНДЕМАН)

Често пъти при доставка на суровини или полуфабрикати, в условието за качество се посочва обема на готовия продукт (рандеманът), който следва да се получи от единица тегло на доставената стока. Прилага се най-вече за продукти, получавани от растителни и животински произведения (масло от мляко, прежда от вълна или памук, рафинирана захар от сурова и др.).

- КАЧЕСТВО ПО СЪДЪРЖАНИЕ НА ПОЛЕЗНИ (РЕСП. СТРАНИЧНИ ИЛИ ВРЕДНИ) ВЕЩЕСТВА В ЕДИНИЦА МЯРКА ОТ СТОКАТА

Когато обект на външнотърговската сделка са на руди, метали и др. в условието за качество се посочва процентното съдържание на полезното вещество (чистия метал в рудата), или допустимият процент на вредните примеси (или страничните примеси, които могат да не бъдат вредни). Така например може да се договори доставка на олово с чистота 97%, 98% или 99.99%. При сделка за доставка на магнезиева руда качеството може да бъде формулирано по обратен ред – чрез максимално допустимия процент на фосфор в рудата.

²¹ По същество условието качество “такова каквото е добито” е твърде близко до уговорката за качество “такова каквото е”.

- СРЕДНО ДОБРО КАЧЕСТВО (FAIR AVERAGE QUALITY – F.A.Q.).

Формулирането на условието по този начин означава позоваването на най-характерните показатели за стоката, по съвкупност обуславящи прието за нея средно качество. Прилага се главно на стоковите борси за селскостопански стоки и се изразява с термина ФАК (f.a.q. – Fair average quality) или средно добро качество. При условие ФАК продавачът е длъжен да достави стоката с качество, не по-ниско от средното качество на подобни еднородни стоки, експедирани от определено в договора място в течение на също така фиксиран период – месец, сезон и т.н. Това означава качеството на доставената стока да отговаря на средни образци, приети като база за сравнение. Терминът ФАК е много близко по съдържание до определяне на качеството на основата на базисен сорт за селскостопански стоки, като типов образец за сравнение. Вън от борсовата търговия условието ФАК се характеризира с безспорна неопределеност и крие риск за купувача относно качествената характеристика на доставената стока.

-КАЧЕСТВО ПО ОПИСАНИЕ (Quality as per description)

Тази формулировка предполага предварително определяне на характерните качествени показатели и технически параметри на обекта на сделката. На тяхна основа се сключва и договарят за покупко-продажба. Използва се при сделки за зърнени храни, руди, въглища и т.н.

При продажба на серийно произвеждани машини техническите показатели обикновено се дават в специално издавани проспекти и каталози. При сделки за комплектни съоръжения и заводи техническите и качествени показатели на машините и съоръженията също се договарят предварително.²²

4. УСЛОВИЕ ЗА ЦЕНАТА НА СТОКАТА

4.1. АНАТОМИЯТА НА ЕКСПОРТНАТА ЦЕНА

Независимо от регулативната роля на държавата по отношение на външотърговския обмен, на практика последният е отношение между икономически субекти от отделните страни. Следова-

²² Цит. съч. Делибалтов, Ив. Основни термини във външната търговия. С., ИК Май, 1994, с. 49.

телно икономическите субекти ще участват в размяната тогава, когато имат икономическа изгода. От гледна точка на търговията изгодата е функция на разликата между продажната цена на продуктите и разходите за тяхното производство, наречена марж на печалбата.²³ Този марж определя в голяма степен решенията на икономическите субекти да продават на национални контрагенти или на чуждестранни. За да се разбере философията на тези решения, е необходимо да се познават не само факторите, оказващи влияние върху равнището на цената, но и нейните структурни елементи.

В теорията за цените и ценообразуването се срещат две основни понятия: състав на цените и структура на цените. Тези понятия са свързани с разкриването на вътрешния строеж на цените²⁴. Понятието състав се отнася до елементите изграждащи цената, докато структурата засяга отношението между тези елементи²⁵.

При определянето на крайните продажни цени на продукцията предназначена за експорт, е възможно прилагането на два подхода²⁶:

Първият, *прогресивно калкулативен подход*, при който цената се образува чрез последователно натрупване на стойностните величини на елементите ѝ.

Вторият, *реверсивно калкулативен подход (още пазарен) подход*, при който се изхожда от пазарната цена и чрез нейното декомпозиране (последователно приспадане на разходите) се намира цената на предлагане.

Принципно крайната продажна цена на стоките може да има следните основни елементи:²⁷

Първи основен елемент: *Разходи за дейността (производствена себестойност)*. Към тях се отнасят **основните производствени разходи, разходите за организация и управление и разходите свързани с реализацията** на стоките. Тези разходи се определят

²³ В редица издания на български език се използва и понятието пределен доход за единица. Вж. напр. Лилова, Р. и В. Адамов. Цени и ценова политика. В. Търново, Абагар, 1997.

²⁴ Атанасов, Б., Й. Владимирова и Т. Павлов. Цени и ценообразуване. София, УИ "Стопанство", 1994, с. 20.

²⁵ Това отношение се нарича още ценова матрица.

²⁶ Вж. подр.: Мичева, Е. Пазарно ценообразуване: теория и практика, С., ДФ "Полиграфически комбинат, 1993, с. 405 –408; Каракашева, Л. И Б. Боева. Международна сделка за покупко-продажба. Варна, Princeps, 1994, с. 111 – 112.

²⁷ Атанасов, Б., Й. Владимирова и Т. Павлов. Цит. съч. сс. 22-26; Лилова, Р. и В. Адамов. Цени и ценова политика., 1997, сс. 168-181; Благоев, Б. И В. Янакиев. Управление на ценообразуването. Варна, УИ, 1995, с. 48-60.

съобразно изискванията на Закона за счетоводството и Националните счетоводни стандарти. Независимо от метода на ценообразуване, тези разходи задължително трябва да се реализират в процеса на обръщение, тъй като в противен случай производителя може да стигне до фалит.²⁸

Втори основен елемент: *Финансови разходи*. Тук се отнасят изплатените лихви по кредити, отрицателните разходи от промяната на валутните курсове и отрицателните разлики по ценни книжа.

Трети основен елемент: *Извънредни разходи*.

Според начина на отнасянето на разходите към определено изделие, операция или дейност, те се разделят на две основни групи: преки технологични разходи за производството и косвени. Към първата група се отнасят разходите за материали, горива, заплати на работниците, а към втората разходи за амортизации, спомагателни материали и т.н. Последните са валидни за цялата номенклатура от изделия и се разпределят пропорционално между стоките и услугите. Освен на преки и косвени (непреки), производствените разходи могат да се обособят и като променливи и постоянни, в зависимост от това дали техният размер се изменя паралелно с изменението на количеството произвеждана продукция.

Съпоставката на състава на цените на стоките предназначени за вътрешния пазар и тези предназначени за чуждестранния, води до открояването на два общи елемента: *себестойността и печалбата* (вж. табл. 1-1). Сумата на тези два елемента дава цената за стокопроизводителя.

Таблица 1-1

Елементи на цената на стоки предназначени			
№	Позиция:	за вътрешния пазар	за външния пазар
1.	Разходи за дейността (<i>себестойност</i>)	да	да
2.	Финансови разходи	да	да
3.	Извънредни разходи	да	да
А)	Разходи за производителя	1+2+3	1+2+3
4.	Печалба за производителя	да	да
Б)	Цена на едро на производителя	1+2+3+4	1+2+3+4
5.	Данъци (ДДС, акцизи)	да	-
6.	Митни сборове, немитнически такси, застраховки, транспортни разходи	-	да
В)	Продажна цена на едро на производителя	1+2+3+4+5	1+2+3+4+6

²⁸ Благоев, Б. и В. Янакиев. Цит. съч. с. 49.

7.	Търговска отстъпка или надбавка за търговеца на едро	да	-
Г)	Цена на търговеца на едро	1+2+3+4+5+7	-
8.	Надбавка (комисионна) за вносителя/дистрибутора	-	да
Д)	Цена на вносителя/дистрибутора	-	1+2+3+4+6+8
9.	Търговска отстъпка или надбавка за търговеца на дребно	да	да
10.	Данък върху добавената стойност	-	да
Е)	Цена на търговеца на дребно	1+2+3+4+5+7+9	1+2+3+4+6+8+9+10

Това, което отличава цената на стоката за вътрешния и международния пазар са останалите елементи формиращи крайната продажна цена, наречена цена за краен купувач. Различията в елементите са продиктувани от характерните особености на вътрешните и международните сделки за покупко-продажба. По-големият брой участници в международната сделка за продажба, наложеното съобразяване с международни правила и обичаи, конвенции и съглашения, както и с националните особености на страната на контрагента често водят до нарастване на експортната цена.

Участието в експортни операции изправя производителите пред множество допълнителни разходи. Част от тези разходи са свързани с физическото транспортиране на стоката от мястото на нейното начално производство (в страната на производителя) до мястото на нейното потребление (страната на вносителя). Преминаването на границите между страната на производството и тази на потреблението изисква съобразяване с действащите фискални тежести. Освободената от оборотни данъци стока при износа понася в повечето случаи пълната тежест на митните сборове при вноса. Добавянето на нова стойност от търговеца на дребно формира ново ниво на нетната цена, върху която се начислява действащата в страната на крайното потребление ставка по ДДС. В резултат се получава крайната брутна цена на предназначена за потребление стока в страната на вноса.

Съставът на цената е в пряка зависимост от вида на продукта, както и от пазара на който се предлага. Познаването му е от съществена важност за анализиране на структурата на цените и вземане на решение за тяхното равнище и отразяването им във външнотърговския договор.

4.2. ВАРИАНТИ НА ОТРАЗЯВАНЕ НА ЦЕНАТА В ДОГОВОРА ЗА ПОКУПКО-ПРОДАЖБА

Формализирането на цената във външнотърговския договор е свързано с:

- **определяне на цената за единица мярка на стоката;**
- **абсолютното равнище на цената за единица мярка или ценови базис;**
- **метода за дефиниране на цената;**
- **общата стойност на доставката;**
- **валутата на цената.**

Общата стойност на доставката се определя на основата на цената за единица от стоката. Обикновено купувачът е заинтересован да уговори твърда цена и това да се запише във външнотърговския договор. Продавачът, предпочита да си запази възможността за коригиране на цената. Основания за такава корекция са промяна на вида и/или обема на доставката по желание и/или по вина на купувача, влиянието на инфлацията, промени в митническия и данъчен режим и други, независещи от продавача събития.²⁹ Клаузата за цената обаче е в тясна връзка и взаимовръзка с другите първостепенни условия на сделката. Ето защо условието за цена във външнотърговския договор се формулира съобразно постигнатата

²⁹ Икономическата комисия за Европа към ООН предлага коригирането на цената с отчитане на инфлацията да става, с индексна клауза. Тя се основава на формулата:

$$C_1 = \frac{C_0}{100} \cdot (a + b \frac{M_1}{M_0} + c \frac{N_1}{N_0} + \dots + d \frac{W_1}{W_0}), \text{ където:}$$

C_1 – коригирана цена с отчитане на инфлацията;

C_0 – базова цена съгласно договора;

a, b, c, d – коефициенти, отразяващи относителното тегло на стойността на различните елементи на доставката в общата цена, които се договарят предварително между контрагентите;

a – процент от договорната цена, който остава непроменен. Препоръчва се този процент да се движи в границите от 5 до 20;

b – относителното тегло на стойността на първия елемент, в %;

c – относително тегло на стойността на втория елемент, в %;

d – относително тегло на стойността на третия елемент, в %;

M_0 – базова цена на първия елемент (материали);

M_1 – текуща цена на първия елемент в момента на коригиране на цената;

N_0 – базова цена на втория елемент (електроенергия);

N_1 – текуща цена на втория елемент;

W_0 – базова цена на третия елемент (работна заплата);

W_1 – текуща цена на третия елемент.

договореност за останалите основни условия по сделката, а в редица случаи успоредно и в зависимост от тях.

- ЕДИНИЦА МЯРКА ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕНАТА

В зависимост от обекта на сделката и нейния характер, условието за цена може да бъде конкретизирано и формулирано в договора по различен начин.³⁰ При еднотипна качествена и асортиментна структура се посочва цената за единица мярка от стоката. Когато предмет на сделката са сложни машини и съоръжения, комплектно оборудване и пр. подробно се привеждат цените на отделните детайли, възли, агрегати, инсталации и др., цените на услугите, които се предвижда да бъдат оказани успоредно с извършваната доставка от производителя (респ. износителя), цените на резервните части и др., включително и общата стойност на доставката. В случаите на разнообразна асортиментна и качествена структура на доставяната стока, при сложна машиностроителна продукция, комплектно оборудване и др. към договора се прилагат спецификации, съдържащи детайлизирани цени.

При формулирането на условието за цената в конкретните външнотърговски договори, могат да се посочат и редица общи моменти, които следва да се познават в детайли и съобразяват в процеса на оперативната външнотърговска дейност, а именно:

- цената на стоката трябва да бъде определена за тегловна или бройна мярна единица на стоката с указания и за общата стойност на доставката;
- при различия в качествената и асортиментна структура се посочва **цената за единица мярка за всеки отделен вид, качество или асортимент** от стоката;
- в зависимост от естеството на стоката цената може да се дефинира не за тегловна единица или бройна мярка, а съобразно **друг, съгласуван между контрагентите критерий** (напр. съдържание на чист метал в тегловна единица руда, производство на готов продукт от тегловна единица суровина и др.);
- при формулировка за средно базисно качество на стоката, условието за цената съдържа уговорката за т.н. **базисна или средна цена**. Това предполага посочената вече възможност за изменение на базисната цена в плюс или минус в зависимост

³⁰ От асортиментната структура, сложността на доставката, специфичните изисквания към амбалажа и опаковката, етикетировката и маркировката и т.н.

от реалното доставено качество при конкретната реализация на стоката.

- АБСОЛЮТНО РАВНИЩЕ НА ЦЕНАТА ЗА ЕДИНИЦА МЯРКА НА СТОКАТА (ЦЕНОВИ БАЗИС)

При нормални пазарни условия за определяне на абсолютно равнище на цената контрагентите обикновено проучват и отчитат два вида цени:

а) **цени по сключени сделки**, наричани още **котировъчни, публикувани цени**,

б) **разчетни** или още **справочни цени**.

Първите се публикуват в официалните делови информационни източници, периодично отразяващи т.н. световни (международни) цени, както и цени по сключени по-съществени външотърговски операции. По правило световните цени се формират под влиянието на участието на най-големите производители (износител) в международната търговия и цените, постигнати на основните центрове за покупки.

Втората групи цени – разчетни или справочни (така понякога се наричат и средноаритметичните и среднопретеглените цени по серия сключени сделки) са цените от каталози и ценоразписи, котировъчни бюлетени на борсите и др. Понятието разчетни цени се отнася и за цени на уникални стоки, за които не могат да се ползват публикуваните и справочните цени – някои видове оборудване, сложна апаратура, инженерингова дейност и др. В тези случаи цената в договора се определя в резултат на специално осъществени разчети от контрагенти и е функция на конкретно постигната договореност.

Равнището на цената за единица стока е показател, който трябва да изразява нейното отношение към всички разходи по сделката, наречено **ценови базис**.

По своето съдържание ценовият базис е понятие, най-тясно свързан с условието за франкировката. На практика ценовият базис показва отношението абсолютното равнище на определената цена за единица мярка на стоката спрямо основните видове разходи, съпровождащи изпълнението на външотърговската сделка (транспортни, застрахователни, складови, митнически и др.), свързани с процеса на физическото движение на стоката. Следователно, в условието за цената трябва ясно да бъде дефинирано кои именно от посочените разходи са калкулирани в тази цена.

- МЕТОДИ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕНАТА

Цената на стоката може да бъде определена в договора като:

а) твърда (стабилна);

б) променлива (подвижна или пълзяща);

в) цена с възможност за последващо определяне.

Твърдата цена се установява с подписване на договора и не подлежи в хода на изпълнение на сделката.

Определянето на цените като променливи (подвижни, пълзящи) означава взаимно съгласувана и отразена в договора възможност за коригиране на цената в момента на доставката на стоката. За целта се определя минимално равнище на отклонение на пазарната от договорената цена – например: 5%, в рамките на което договорената цена ще се запази без изменение. Над този минимум на отклонение цената ще се изплати с изменения, функция на промени в договорените условия.

Пълзящата цена е условие, което поставя цената на реализация на стоката в зависимост от действието на определени фактори, конкретно посочени и изяснени във външнотърговския договор. Окончателното определяне на абсолютното равнище на цената на стоката е функция на измененията, настъпващи в себестойността на основни ценообразуващи елементи (суровини и материали, труд, енергия, транспортни разходи и др.). За целта в договора се изяснява начинът, по който ще бъдат отчетени евентуално настъпилите изменения в избраните ценообразуващи елементи, източниците, чиято информация ще бъде взета предвид, както и основните формули, въз основа на които ще бъдат отразени необходимите корекции в приетата като база цена на договора. Методът за определяне на променливи цени намира приложение при по-сложни доставки с продължителен срок на производство.

Условието за последващо определяне на цената е свързано с борсовата търговия (т.н. сделки при “повикване” – on call), с дългосрочните контракти, предвиждащи периодични доставки и др. Основно съдържание на това условие е дефиницията на методите и параметрите на определяне на цената. Например при периодичните доставки в началото на всяка година (обикновено календарна), но може да се приеме и друг критерий за времето с позоваване на информационните източници, меродавни за определяне на цената.

ВИДОВЕ ОТСТЪПКИ

При определяне на договорната цена могат да бъдат отчетени и различни видове отстъпки. Международната търговска практи-

ка познава около 20 вида отстъпки, между които най-често се прилагат посочените по-долу:

Проста отстъпка. Тя се изчислява в определен процент върху равнището на предложената цена. Най-често простата отстъпка се прилага в случаите, когато офертната цена е заложена съгласно съществуващите и използвани от фирмата оферент ценоразписи, приложени към самата оферта. Тези корекции могат да бъдат направени както в минус, така и в плюс.

Отстъпките върху цената, заложи в ценоразписите, се движат в широки граници, обичайно между 20-30 %, а в отделни случаи достигат и до 30-40%. При доставка на промишлени суровини отстъпката е между 2 и 5 % от справочната цена. Прилага се при сделки със стандартизираната продукция – машини и съоръжения. Проста отстъпка се предоставя и когато стоката се заплаща в брой, а съгласно ценоразписа е налице възможност за предоставяне на кредит от страна на продавача, обичайно краткосрочен. Обикновено размерът на тази отстъпка е равен на лихвения процент на паричния пазар или го превишава в незначителни граници.

Сложна отстъпка. Обикновено тя се образува от две прости отстъпки, изчислявани последователно на различна основа: например – отстъпка от 5% върху цената бруто на стоката плюс още 1,5% върху цената нето на стоката. На практика това означава, че след изчислението на отстъпката върху цената бруто на стоката се прави нова отстъпка върху цената нето, като се приспадне стойността на амбалажа и опаковката и се вземе предвид направената вече отстъпка върху цената бруто на стоката.

Прогресивна отстъпка. Тя може да бъде направена успоредно с увеличаването на количеството на закупената стока в рамките на определен срок. Например при покупката на 1-10 броя строкове (трактори и пр.) се заплаща определената по договора цена, а върху следващите 10 броя се прави отстъпка от 3%, върху следващите 10 броя отстъпката нараства на 5% и т.н. Единствено условие тук е въпросните бройки трябва да се закупят в определени срокове или в рамките на един продължителен, но все пак фиксиран във времето период – например до 6 месеца.

Бонусна отстъпка (за оборот). Този вид отстъпка се прави на постоянни клиенти, добре познати на оферента, с който стокообмена се осъществява на основата на дългосрочна договореност. Бонусните отстъпки се изчисляват по специална скала, съдържаща се в съглашението. Те също могат да имат прогресивен характер в зависимост от определени условия. В поръчките, които купувачът из-

праща периодично на продавача въз основа на сключено дългосрочно съглашение, бонусните отстъпки са определени като размер. При някои видове оборудване този вид отстъпка достига до 15-20 %, а при сделки със селскостопанска продукция или суровини тя се изчислява като % от оборота.

Отстъпка, предоставяна на постоянните посредници (дистрибуторска, дилърска отстъпка). Най-често тя е свързана с инвестиционни стоки (машини, съоръжения, транспортни средства и др.) или със стоки за широко потребление, но с трайно предназначение. Размерът на подобна отстъпка е до голяма степен функция на видовете и обема на осъществяваните от посредника услуги при пласмента и експлоатацията на стоките.

Много често на посредника се предоставя отстъпка – рабат, за осъществяване на основното техническо обслужване на машини, съоръжения, битова техника и др.

Скрита отстъпка. Тя се предоставя под формата на безлихвен или по-нисък лихвен процент кредит, оказване на безплатни услуги, по-ниски ставки на фрахта и др.

Отстъпка кулаж. Отстъпка, която се прави при търговия с течни стоки за разливане, изтичане, изпаряване или оставяне по съдовете.

Отстъпка ликвидж. Отстъпка за оставане на част от течните товари по съдовете и танкерите.

Отстъпка за обратно закупена стока (trade in). Тази отстъпка достига 25-30% върху цената по ценоразписите и се практикува обикновено в случаите, когато купувачът връща на фирмата продавач закупена преди това от него стока поради моралното и изхабяване и закупува подобрена подобна стока.

Отстъпка при продажба на употребявано оборудване. Тя се движи в изключително широки граници в степента на износеност на машините и съоръженията, транспортните средства и др.

Специална отстъпка. Този вид отстъпка се предоставя на ограничен брой клиенти, привилегирани от продавача по определени съображения, с цел стимулиране на мащабни или по-голям брой поръчки, за поддържане на трайни делови контакти и др. Подобни отстъпки се правят и при въвеждането на нови стоки на пазара, при излизането на нов пазар и др.

Сезонна отстъпка. Тя се практикува за стоки със сезонен характер, продавани извън съответния сезон – промишлени стоки за широко потребление са най-честия обект на подобни отстъпки, как-

то и торове, препарати за растителна защита, дребен селскостопански инвентар и др.

5. ВАЛУТА НА ЦЕНАТА (УСЛОВИЯ НА ПЛАЩАНЕ)

Цената на стоката, както и общата стойност на доставката се посочват в **определена валута**, чужда най-малкото за единия от контрагентите по сделката. Валутата на цената не съвпада задължително със валутата на плащането. В редки случаи констатираните различия са резултат на съществуващ валутен риск и известна гаранция срещу този риск. Тя се постига с включването на клаузите за валутните уговорки и др. (Вж. Приложение № 8)

6. УСЛОВИЕ ЗА ФРАНКИРОВКАТА

В пряка връзка с цената е условието за франкировка. То представлява неделима част от транспортите условия на сделката.

6.1. СЪЩНОСТ НА ФРАНКИРОВКАТА

Франкировката, или още т.н. франкиране (освобождение) на стоката, има за цел да изясни и дефинира времето и мястото, когато и където ще се извърши прехвърлянето на риска за провеждането или загиването на стоката както и собствеността върху обекта на сделката от продавача върху купувача. Това основно съдържание и целева функция на условието за франкировката се конкретизира в дефинирането на следните основни моменти:

- Място на предаване и приемане на стоката в зависимост от конкретното договаряне (от продавача на превозвача, транспортно-спедиторска организация, посредник, посочено от купувача лице или фирма, на самия купувач);
- Участието на отделните контрагенти по сделката в следните видове разходи:
 - а) транспортни;
 - б) товарене, разтоварване, претоварване на стоката;
 - в) складови разходи;
 - г) застраховка на стоката;

д) мита, такси и др. при пресичане на границата на продавача, на трети страни и границата на купувача.

- Разпределение на задълженията и разходите между продавача и купувача относно изработването, забавянето и придвижването на необходимите документи при пресичането на съответните граници и оформянето на сделката (лицензии, санитарни и фитосанитарни свидетелства, митнически декларации и др.).

Следователно, конкретизирането на условието за франкировката се отразява пряко върху равнището на цената на стоката, тъй като чрез франкировката на практика се определя отношението на приетото равнище на цената спрямо основните ценообразуващи елементи – транспортни разходи, застраховката, мита, данъци и др. Това отношение се изразява с термина ценови базис.

6.2. МЕЖДУНАРОДНИ ТЪРГОВСКИ ТЕРМИНИ

В резултат на богатата международна търговска практика условието за франкировката е най-висока степен стандартизирано с въвеждането на т.н. **международни търговски термини – ИНКОТЕРМС (*International Commercial Terms*)**. Основни заслуги в систематизирането и унифицирането на тяхното тълкуване и универсална приложимост има Международната търговска камара (МТК) в Париж. Още в 1920 г., т.е. непосредствено след създаването и, МТК провежда широка анкета за методите и формите на изразяване и прилагане на международните търговски термини във външотърговската практика на 13 страни. През 1923 г. в резултат на анализа на данните от тази анкета, тяхното систематизиране и обобщаване, МТК издава първия сборник на тези термини, покриващ практиката на 13-те страни, без опит за унификация и предложения за тази цел, дори без коментар.

През 1928 г. в резултат на по-нататъшни проучвания МТК публикува нов сборник на ИНКОТЕРМС, обобщаващ практиката на всички европейски страни, вкл. на СССР, както и на по-големите не европейски държави. През 1936 г. излиза първото издание на МТК, съдържащо унифицирани тълкувания на термините. През 1953 г., на основата на тази първа унификация със значителни подобрения, излиза издание на МТК на унифицираните ИНКОТЕРМС, съдържащо подробни указания относно ревизираните американски тълкувания на тези термини. В изданието от 1953 г. са включени девет между-

народни търговски термини. През 1967 г. към него се прибавят още два, 1976 г. - още един. В ИНКОТЕРМС 1980 се съдържат 14 термина, а изданието от 1990 г. те са 13. Последната редакция на ИНКОТЕРМС е от 2000 година.

Във всички унифицирани издания изрично се посочва, че формулираните норми и правила нямат законно задължителен характер. Това означава, че позоваването на даден търговски термин от страна на контрагентите по сделката е задължително за тях само по силата на взаимно съгласуваното включване на съответния термин без изменение в клаузите на договора. Ако страните по договора внесат в договора известно изменение при конкретно позоваване на даден термин, то съответно коригираното тълкуване има сила в случай на спор по сделката.

6.3. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА ИНКОТЕРМС 2000 EXW (*Ex Works...Named Place*). “От завода (склада) ...(говорено място)”

При тази клауза продавачът изпълнява своите ангажименти по доставката, когато предава стоката в разпореждане (владееене) на купувача от посоченото предприятие, завод, склад. При което стоката следва да бъде подготвена в състояние за транспортиране (пълна готовност за транспортиране), осигурено транспортно средство за транспортиране и организиране превозването на товара на купувача. Натоварването на стоката е за сметка на купувача.

Купувача поема всички рискове за организацията по превозването до указаното място.

FCA (*Free Carrier... Named Place*). “Франко-превозвача ...(уговорено място)”

Счита се, че продавачът е изпълнил своите ангажименти по доставката на стоката, в първия отправен пункт, в момента на нейното предаване в разпореждане на превозвача в указаното място. Предимно това са товарни терминали, железопътни и автомобилни станции, летища.

Продавачът има две възможности за избор: той може да “достави” своята стока в своето предприятие (напр. ако то се намира на железопътна станция) и тогава той отговаря за натоварването на стоката на транспортното средство на превозвача; или да достави за своя сметка стоката на товарен терминал, където превозвача за

сметка на купувача, пренатоварва стоката на транспортно средство на купувача.

Тази клауза дава възможност за всякакъв вид транспорт, включително и смесени превози.

FAS (*Free Alongside Ship ... Named Port of Shipment*). “Франко протежение на кораба в указано отправно пристанище”.

Продавачът е изпълнил своите задължения по доставката, когато товарът е подреден на кораба в съгласуваното отправно пристанище. От този момент всички разходи и рискове са за сметка на купувача. Задължението по обезпечаване на митническото освобождаване и получаване на експортна лицензия е за сметка на продавача.

FOB (*Free on board... Named Port of Shipment*). “Свободно на борд в указаното отправно пристанище”.

Продавачът е изпълнил своите задължения по доставката от момента на товаренето на стоката на кораба в отправното пристанище. От този момент всички разходи по разместването на товара в трюмовете и всички рискове са за сметка на купувача. За сметка на продавача са ангажиментите по освобождаването на стоката от мито при експорта.

Условието FOB се прилага изключително при воден транспортен режим (морски, речен).

CFR (*Cost and Freight... Named Port of Shipment*) “Стойност и фрахт (превозна такса) в посоченото пристанище на разтоварване”.

При условието CFR продавачът е длъжен да заплати разходите и фрахта, необходими за доставката на стоката до отправното пристанище. Рисковете от загубване, похабяване или повреждане на стоката преминават от продавача върху купувача в момента на натоварване на стоката в отправното пристанище, когато стоката пресича борда на кораба. За сметка на продавача са и разходите по освобождаване на стоката от мито.

Условието CFR се прилага изключително при воден транспортен режим (морски, речен).

СIF (*Cost Insurance, Freight... Named Port of Shipment*). “Стойност, застраховка и фрахт, с посочено пристанище на разтоварване”.

Продавачът освен тези задължения, е длъжен също така да обезпечи със застраховка стоката от рискове в полза на получателя. Продавачът сключва застрахователен договор и изпраща застрахователната полица заедно с другите документи на получателя.

Условието се използва предимно при воден транспорт.

CPT (*Carriage paid to ... Named Place of Destination*).

“Транспортни разходи, платени до ... уговорено местоназначение”.

При условието, собствеността и рискът се прехвърлят от продавача на купувача при предаването на стоката на първия превозвач, на място и по време определени от превозвача. Цената по условието включва стойността на стоката, транспортните, спедиторските и административни разходи до мястото на доставка.

Условието CPT е предназначено предимно за сухопътни, не морски превози.

CIP (*Carriage and Insurance Paid to ... Named Place of Destination*). **“Транспортни разходи и застраховка, платени до... посочено място на доставката”.**

По това условие продавачът носи същите задължения както при условие CPT, но с допълнението, че той е длъжен да сключи застрахователен договор и да заплати застрахователната премия. Продавачът е длъжен да освободи стоката от мита.

Прилага се при доставки с неморски или комбинирани превози.

DAF (*Delivered at Frontier ... Named Place*). **“Доставка до границата... посочен граничен пункт”.**

При условието DAF собствеността и рискът преминават от продавача на купувача при преминаването на стоката през посочения граничен пункт в момента след обработването и от едната митническа и гранична администрация и преди приемането и от другата гранична и митническа администрация.

Продавачът урежда транспорта до посочения граничен пункт, а купувачът от граничния пункт до мястото на доставката.

Прилага се при железопътен или автомобилен начин на доставки.

DES (*Delivered Ex Ship... Named Port of Destination*). **“От кораба.... посочено пристанище на разтоварване”.**

Собствеността и рискът се прехвърлят от продавача на купувача при разтоварване на получаващото пристанище, когато стоката премине през борда на кораба. Цената на тази база покрива стойността на стоката, транспортните, спедиторските и други разходи до получаващото пристанище.

Използва се предимно при превози по вода.

DEQ (*Ex Quay (Duty Paid... Named Port of Destination)*). “От кея... мито платено с посочено пристанище на разтоварване”.

При условие DEQ собствеността и рискът се прехвърлят от продавача на купувача след разтоварване и подреждане на стоката по продължение на борда на кораба на получаващото пристанище.

Импортното, митническото освобождаване на стоката и получаване на импортен лиценз са *за сметка на купувача*.

DDU (*Delivered Duty Unpaid Named Place of Destination*). “Доставено без платено мито до... посочено място на доставката”.

Счита се, че продавачът е изпълнил своите ангажименти с момента на доставката на стоката в уговореното място на доставка. Разходите по доставката и рисковете по похабяване, загубване и пр. са за сметка на продавача.

Митническите разходи са за сметка на купувача. Разходите по разтоварването на стоката в предприятието на купувача са за негова сметка. Ако обаче в процеса на доставката се налага и разтоварване на транспортно средство на някое друго място, разходите са за сметка на продавача.

DDP (*Delivered Duty Paid Named Place of Destination*). “Доставено мито платено до... посочено място на доставката”.

При условие DDU собствеността и рискът се прехвърлят от продавача върху купувача при предаване на стоката на посоченото място на доставка. За сметка на продавача са всички разходи по доставката на товара в т.ч. и митническите, а също така и рисковете. Доставката се счита за осъществена когато стоката е доставена в предприятието на купувача или тя се счита за завършена след пренатоварването на стоката на транспортно средство на купувача.

7. УСЛОВИЕ ЗА АМБАЛАЖА, ОПАКОВКАТА, ЕТИКЕТИРОВКАТА И МАРКИРОВКАТА НА СТОКАТА

Това условие има различно значение при изработването на външнотърговския договор, поради различията в естеството и характера на стоката, условия на доставка и т.н. Ето защо, конкретната му формулировка е свързана с редица особености.

- ИЗИСКВАНИЯ КЪМ АМБАЛАЖА И ОПАКОВКАТА ВЪВ ВРЪЗКА С ТРАНСПОРТИРАНЕ НА СТОКАТА И ВИДА НА ТРАНСПОРТНОТО СРЕДСТВО

В случай, че стоката се транспортира в насипно или наливно състояние въпросът за опаковката, амбалажа и етикетировката почти не се поставя. Когато обаче тя пътува опакована, това условие на договора трябва да бъде съобразено с изискванията на съответния вид транспорт по отношение вида, тежината, стандартизацията и обема на опаковката. Важен фактор с прогресивно нарастващо значение в тази насока е развитието на процеса на контейнеризация и палетизация на товарите в международната търговия, увеличаването на относителния дял на мултимодулния транспорт, внедряването на автоматизацията и механизацията на товаро-разтоварните операции.

Гаранции за физическо запазване на стоката и нейното качество по време на транспорта

Основното предназначение на амбалажа и опаковката е да запазят целостта и качеството на стоката по време на транспорта. В този формулировка на това условие трябва да съответства на потребността от гарантиране на интересите на контрагентите във връзка с обичайните рискове при транспортиране на товара, свързани с действието на климатични фактори (влажност, температура и др.), с груба, т.е. не съответстваща на естеството на стоката, манипулация, с повреди от притискане в процеса на подреждане (стифиране) в трюмовете на кораба, небрежност, разграбване и др.

В това условие се описват изискванията към вътрешната и външната опаковка на стоката. Контрагентите могат да се договорят и за **подобрения на обичайната опаковка на стоката** – двоен, вместо единичен амбалаж, изработване на амбалажа и опаковката от устойчива на влага материя и др., в случай че вида на транспорта го изисква. Внесените подобрения водят до увеличаване на стойността на амбалажа и опаковката, което повишава и цената на стоката. Възможно е обаче плащането на исканите подобрения да се извърши от купувача отделно, извън общата стойност на стоката.

Друго, което се конкретизира с условието за амбалажа и опаковката е дали собствеността върху нея преминава от продавача върху купувача и включена ли е нейната стойност в крайната продажна цена³¹. Международната търговска практика предполага стойността на обичайните за стоката амбалаж, опаковка, етикетировка и маркировка да се включат в цената на стоката, т.е. те да

³¹ Вж. Фомичев, В. Международная торговля. Москва, Инфра-М, 2000, с. 283.
60

бъдат за сметка на продавача (цена бруто за нето). Всички изисквания от страна на купувача за подобрения или специална опаковка той заплаща, извън уговорената цена на стоката или съответно се увеличава цената за единица стока. Ето защо въпросът за участието на амбалажа и опаковката в цената на стоката, като един от ценообразуващите елементи, следва да бъде изяснен цялостно и детайлно в условията на външнотърговския договор.

В клаузата за амбалажа и опаковката може да бъде предвидена възможността – **връщане на използвания амбалаж**. Тази практика е широко разпространена в международната търговия. Прилага се когато амбалажа е скъп и многократно приложим. В този случай в условието следва да се конкретизират сроковете, в които той ще бъде върнат на продавача и как това ще се отрази върху цената на стоката.

Позната е и практиката на изпращане на собствен амбалаж и опаковка от страна на купувача, в случай че последния е в състояние по-пълно да задоволи изискванията на потребителите от гледна точка на качеството, художествената изработка, разфасовката на амбалажа и опаковката. В такъв случай в договора се определят сроковете, в които продавачът ще получи амбалажа и опаковката с оглед своевременната експедиция на стоката, както и поемането на разходите по изпращането им. Частен случай на разгледания вариант може да бъде договореността купувачът да предостави на продавача сам етикетите на стоката, което също трябва да бъде съгласувано между контрагентите³².

- ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ЕТИКЕТИРОВКАТА И МАРКИРОВКАТА

Много стоки, чието естество позволява, се изпращат етикетирани.³³ **Етикетът** изпълнява две основни функции: **рекламна** и **информационна**. Ето защо той съдържа определен брой задължителни елементи, изясняващи характерните особености на стоката – произход, качество, трайност, тегло и др.

За предприятието производител (износител) етикетът е своеобразен капитал, негова лична собственост. Целта на етикета е купувачът да бъде добре осведомен относно качеството, количеството и състава на продуктите, които купува, да се предпази от вред-

³² Включително и за чия сметка ще се осъществи изработването и изпращането им.

³³ Напр. продукти на хранително-вкусовата, текстилната, козметичната и др. промишлености.

ни за здравето продукти, да постигне леко и полезно потребление. Най-често етикетите съдържат името и адреса на производителя, теглото и обема на съдържанието, с или без опаковката, списъкът на съдържащите се в него компоненти, крайната дата на срока, който продуктът може да се употребява и др. При изработването на етикетите в почти всички страни е забранено да се използват националните символи – гербове и знамена. Съществува международна конвенция, която забранява използването на името или емблемата на Червения кръст, на универсални международни организации и др. Желателно е етикетът да бъде изработен на езика на вносителя и съобразен с възприетата в неговата страна метрична и тегловна система. Почти всички страни прилагат специална задължителна регламентация на етикетиранието на експлозивните вещества, атомните продукти, отровните вещества и др. По специален начин се извършва етикетиранието на скъпоценните метали.

- **МАРКИРОВКА ЗА ПРОИЗХОДА.**

Голям брой държави изискват върху вносните стоки да бъде отразена марката за произхода (*margue d`origine*). Тя дава възможност на потребителите да се информират за произхода на продукта и улеснява митническия и административен контрол върху вноса. Международните правила относно маркирането на стоката с цел установяването на нейния произход и санкциите, предвидени при използването на погрешни или съзнателно заблуждаващи марки за произход, възникват още през 1891 г., когато се сключва т.н. Мадридска конвенция, ревизирана в Лисабон през октомври 1958 г. Тя съдържа следните основни принципи:

- A. Всяка стока, внесена с погрешно обозначение на произхода, указващо като място на произход държава, подписала конвенцията, се конфискува в момента на вноса ѝ в тази страна;
- B. Конфискацията на подобни стоки може да настъпи дори в страната, където те са получили погрешна маркировка или в трета страна, през която стоките се транзитират.

Почти всички страни, които не са се присъединили към посочената конвенция, прилагат специални норми, санкциониращи несъзнателното или съзнателно погрешно означение на произхода на стоките. Ето защо, в случаите, когато може да възникне погрешно тълкуване, се нанася т.н. допълваща или коригираща марка за произход (*mague rectificative*).³⁴

³⁴ Например, ако марката е на английски език и посочва място на произход Лондон, тя оставя впечатление за връзка на Лондон с Англия, но Лондон е

В редица държави съществуват задължителни правила относно начина, по който се нанася марката за произход, минималните размери на знаците и др. Марката трябва да бъде винаги забележима, четлива и лесно видима. Когато се поставя коригираща марка, тя следва да бъде нанесена близо до марката, която допълва, също толкова ясно и четливо като нея. Някои страни считат посочването на името на държавата за напълно достатъчно, но изискват то да се придружава с изрази като “произведен в ...” (produit en....., made in ...).

- ТРАНСПОРТНА (ЕКСПЕДИЦИОННА) МАРКИРОВКА.

Този вид маркировка се поставя върху външния амбалаж на експедираните стоки и също се подчинява на определени международни и национални правила. Знаците за транспортната маркировка трябва да бъдат достатъчно големи и четливи, за да се виждат и четат леко и бързо по време на манипулацията със стоките. Особено съществено е да се знае кои означения (марки, номера и др.) съдържаници се в търговската, транспортната, митническата и др. документация, трябва да бъдат поставени върху външния амбалаж, т.е. да влязат в съдържанието на транспортната маркировка. Обикновено тя включва следната информация:

- **Основни указания:** име и адрес на експедитора, име и адрес на получателя, експедиционна маркировка на получателя. Клиентът специфицира по правило собствена експедиционна марка – най-често тя представлява инициалите на компанията, поставени в дадена геометрична фигура (квадрат, ромб, кръг и др.). Понякога могат да се използват номерата на касата и на договора.
- **Допълнителни указания:** тегло бруто и тегло нето на колета (опаковката), име на кораба, номер на вагона, автомобила, самолета, както и пристанище (гара, автостанция, летище) на натоварване или място на експедиция, предназначение и произход на стоката.
- **Инструкция за правилна манипулация със стоката:** предназначени да се улесняват товарно-разтоварните операции и да предпазват стоката от повреди. Те съдържат указания за центъра на тежестта, за правилната позиция

наименование на град в Канада, което налага изрично уточняване. В Цейлон и Пакистан всички стоки, върху които фигурират марки за произход на английски език, но не произхождат от Англия, се считат за погрешно маркирани, ако не са придружени с уточнение на съответния национален език на страната на действителния произход.

на пакета (колета), сигурността (чупливо, възпламенимо) и др. За да бъде ефикасна тази маркировка тя се обозначава съответно на езика на износителя, на вносителя, на страните, в които ще бъде претоварена стоката, или ще бъде обект на други манипулации. За целта могат да се използват и редица символи: рисунка на чаша (чупливо), на чадър (да се пази от влага) и др.

При неправилна маркировка, резултат на непълна или неточна формулировка на съответното условие в договора, могат да се очакват редица неблагоприятни последици:

- загубване на стоката или изпращане на погрешен адрес;
- необходимост от отваряне на колетите, да се свери опаковъчния лист със съдържанието, когато маркировката е непълна или неясна;
- опасност от повреда на стоката при непълна или погрешна маркировка за сигурност;
- увеличаване на разходите, забавяне на доставката, което може да предизвика отказване от сделката и др.

8. УСЛОВИЯ ЗА СРОКА НА ДОСТАВКА НА СТОКАТА

В условието за срока на доставката, се дефинира моментът, когато продавачът предава собствеността на стоката, обект на покупко-продажба, на купувача (или упълномощен от него представител). Това условие се намира в тясна връзка с останалите клаузи на договора.

Съществуват различни варианти за определяне на срока на доставката и техният избор зависи от естеството на стоката, изискванията на купувача и др. Според срока за извършване доставката на стоката разграничаваме:

Незабавна доставка

Прилага се, когато стоката е в наличност или т.н. сделки **промт** (prompt), характерни за реалната борсова търговия, за сделките на международните търговски аукциони и за продажба от консигнационни складове.. Незабавна доставка предполага експедиция в срок от 1 до 14 дни, който период е достатъчен за подготовката на стоката за целта – опаковка, маркировка, набавяне на необходимите документи и осигуряване на транспортно средство.

Разновидност на сделките с незабавна доставка са операциите **флотан** (flottant), при които стоката, обект на доставката е в

открито море, както и сделки за стоки, натоварени на кораб, който още не е отплувал от пристанището на експедицията или в момента на сключване на сделката е в процес на товарене. Този вид доставки също са твърде характерни за реалните борсови операции. В международната търговия всички тези сделки носят названието **спот** (spot).

Последваща доставка

Сделките с последваща доставка, т.е. в определен срок от момента на подписване на договора, се наричат срочни или сделки **форуърд** (forward). Следва да се прави разлика между тях и срочните (фючърсни) (future – бъдеще) борсови сделки със спекулативен и застраховач характер, при които не се осъществява реална доставка на стоки. При срочните сделки форуърд, стоката предмет на договора, може да бъде произведена преди или след сключването на договора. Срокът на доставката обикновено е по-продължителен от 1 месец и може да бъде фиксиран по различен начин:

А) Като точно определена дата за доставка на стоката (01.04. 2002 г.). При представяне на датите в цифрова форма е необходимо да се спазват общоприети правила, наложили се във външнотърговската практика, с цел да се избегнат съдебни спорове. (Вж. Приложение № 9).

Б) Доставката на стоката може да се извърши на определени партии, равни по количество или прогресивно нарастващи, респ. намаляващи на определени дати: 15.01.; 15.03.; 15.04. и т.н. Не е задължително периодите на доставка на отделните партии да съвпадат по продължителност. Това зависи от договореността на контрагентите по сделката. В този смисъл в международната търговска практика се различават **еднократни** и **периодични** доставки;

В) Доставката на стоката се определя за началото на даден месец съгласно търговските обичаи – това означава между 1^{-во} и 5^{-то} число на съответния месец;

Г) Доставката се определя за средата на дадения месец между 10^{-то} и 15^{-то} число. Подобна уговорка в договора може да бъде означена на кратко с първите две букви от латинския израз – *p.m.* (*per medio*);

Д) Доставката се определя за края на дадения месец, т.е. между 25^{-то} и 31^{-во} число. Това може да бъде изразено с означенията *p. ul.* (от латински *per ultimo*);

Е) Срокът на доставката се дефинира като определен период, календарен месец, тримесечие, шестмесечие, година или отрязък от време, ограничен от определена дата, в рамките на които трябва да се осъществи доставката. В този случай се използват формулиров-

ките: “не по-късно от ...”, “в течение на ...”, “до...” и др. Ако става въпрос за периодични доставки, срокът може да бъде означен с думите “ежемесечно”, “на три месеца” и др.

Ж) Доставка се извършва след “повикване” на стоката от купувача, което той е длъжен да направи в определен срок с т.н. **абруф**. Подобна практика съществува и при срочните борсови сделки;

З) Срокът на доставката се определя по избор на продавача в определен период от момента на сключване на сделката. В течение на този фиксиран в договора срок продавачът е длъжен да уведоми купувача за готовността на стоката за експедиция с т.н. **авизо**. Авицото също се изпраща в предварително уговорен срок преди самата експедиция;

И) Срокът на доставката може да се постави в зависимост от настъпването на определено събитие – откриването на навигацията, прибирането на реколтата и т.н. В тези случаи контрагентните срокове на експедиция на стоката се определят след настъпване на очакваното събитие съгласно съществуващите международни търговски обичаи или договореността между контрагентите. По същия начин се третира и договореността за предаване на стоката след осъществяване на определени действия от страна по договора, например “след предаване на проектно-сметната документация от купувача”, “след приемане на маркетинг-анализа от купувача” и др.

Следва да се има предвид, че при доставката на сложни стоки, най-вече машини и съоръжения, комплектни обекти и др. за срок на доставката се приема **датата на доставката на последната част, възел, агрегат, партида резервни части**, вкл. техническата документация, след което се осигурява необходимата комплектност, за да се пусне в експлоатация съответната машина или обект. Това предполага при формулирането на условието за срока на доставката да се вземат под внимание реалните възможности на доставчика да предаде, а на купувача да приеме стоката в комплектния и вид на фиксирана дата на доставка.

В редица случаи в условието за доставка се предвижда възможност за **предсрочна доставка на стоката**, което по правило резултира в известно отношение върху цената. Ако в договора няма изрично указание за допустима предсрочна доставка, на практика тя може да се осъществи по взаимно споразумение между страните.

Като се има предвид, че срокът на доставка е свързан с основни условия на сделката – преминаване на риска и собствеността върху стоката, плащане и др., съществено значение **има точното тълкуване на термина “дата на доставката”**. Познати са следните

варианти, като се изхожда от презумпцията, че за дата на доставката принципно се приема датата, на която стоката се предава в разпореждане на купувача³⁵:

- a) Датата на документа, издаден от транспортната или спедиторската организация, в потвърждение, че стоката е приета за превоз (коносамент, товарителница, квитанция и др.);
- b) Датата върху варианното свидетелство (складовия документ), удостоверяващо предаване на стоката в склад от продавача за сметка на купувача;
- c) Датата на подписване на протокола на окончателното предаване и приемане на стоката (най-често това е при машини и съоръжения, комплектно оборудване, строителство и др.);
- d) Датата на подписване на приемно-предавателния протокол за последната партида от стоки при периодична доставка.

9. УСЛОВИЕ ЗА ТРАНСПОРТИРАНЕ НА СТОКАТА

Транспортните условия на сделката са във висока степен изяснени с условието за франкировка. Клаузата за франкировка съдържа основните елементи на съдържанието на транспортните условия. Следва обаче да се конкретизират следните важни въпроси като:

- транспортно-спедиторските организации, които ще посредничат при организирането и осъществяването на транспортирането на стоките;
- сроковете, в които ще бъдат изпратени, съответно приети авизото и абруфът, което е от изключителна важност за окончателното определяне на транспортната диспозиция и навременното застраховане на стоката;
- специфичните условия, на които следва да отговарят транспортните средства, като се изхожда от естеството на самата стока, атмосферните и климатични условия, в които те ще бъдат транспортирани.

³⁵ Вж. също: Фомичев, В. Международная торговля. Москва, Инфра-М, 2000, с. 282; Каракашева, Л. И Б. Боева. Международна сделка за покупко-продажба. Варна, Princeps, 1994, с. 137-138.

10. УСЛОВИЕ ЗА КОЛИЧЕСТВЕНОТО И КАЧЕСТВЕНОТО ПРЕДАВАНЕ И ПРИЕМАНЕ НА СТОКАТА

В посоченото условие се изясняват формите и методите, с които ще се извърши фактическо приемане и предаване на стоката, както и необходимите за целта документи. Това означава определяне на съвкупността от изисквания относно предаването на стоката от продавача във владение на купувача, съгласно външнотърговския договор. Самото предаване на стоката е за сметка на продавача и той трябва да включи в цената стойността на претегляне (измерване, изброяване) на стоката, други такси и разходи за услуги, оказвани от посредници, организации по контрола за провеждане на изпитания, проверки, анализи и др. Приемането на стоката от страна на купувача предполага проверка на качеството, количеството, комплектността, документацията и др., съгласно постигнатата договореност относно начините, формите и средствата за целта. Проверката се прави, за да се установи необходимото съответствие действителните с описаните в клаузата качество, количество, опаковка, етикетировка, маркировка и т.н. В този смисъл в клаузата за предаване и приемане на стоката конкретно се изясняват въпросите относно: *видовете предаване и приемане на стоката; начините на осъществяване на предаването и приемането; разпределението на функциите между контрагентите по изпълнението на това условие; място на количественото и качествено предаване и приемане на стоката; документи, доказващи изпълнението на това условие по договора.*

- КОЛИЧЕСТВЕНО ПРЕДАВАНЕ И ПРИЕМАНЕ НА СТОКАТА

То може да се извърши въз основа на:

- представените транспортни документи (коносамент или товарителница);
- чрез конкретно претегляне на стоката.

Когато се осъществява на основата на транспортните документи, за меродавно се счита теглото (респ. бройките), посочено в транспортния документ, установено в момента на натоварването на стоката в място на експедицията и вписано в него от компетентните органи на съответната гара, автостанция, летище пристанище, служители. В редица случаи заедно с коносамента или товарителницата като документ, удостоверяващ реалното тегло (брой) на стоката,

може да се представи **сертификат за теглото**, издаден от компетентен орган. Вариантът на количествено предаване и приемане на стоката въз основа на транспортните документи или сертификат за теглото е най-изгоден за продавача, тъй като евентуалните претенции на купувача в това отношение ще бъдат оправени към транспортната организация. Това означава, че отговорността на износителя относно доставянето на стоката приключва с експедицията на стоката, т.е. с издаването на транспортния документ срещу предаването на стоката на превозвача. Има обаче случаи на количествено предаване и приемане на стоката въз основа на транспортни документи, в които отговорността се понася от продавача. Той отговаря за количествени липси, когато се докаже, че те са по негова вина в каквато и форма да се прояви тя – например липси, държачи се на разпиляване поради недостатъчен или неподходящ амбалаж на стоката, както и за липси, установени още при натоварване на кораба, за което е направена забележка в коносаментата. Във всички останали случаи отговорен за количествените липси е превозвачът на стоката, освен ако междувременно не са възникнали обстоятелства, които го освобождават от отговорност. Тогава загубата е за сметка на купувача, който ще потърси правата си по застрахователния договор.

Когато в клаузата за количеството присъства **уговорката “около”** купувачът може да приеме по-голямо или по-малко количество стока (според договорените граници). Когато доставеното количество е повече от договореното, купувачът може да приеме завишението и да плати цена различна от договорената. При доставка на по-малко от договореното количество, но в допустимите съгласно уговорката “около” граници, купувачът няма право на рекламации по отношение на количеството. Отсъствието на уговорката “около” води до различен резултат при изпълнението на клаузата за предаване и приемане на стоката. При по-голямо количество купувачът не е длъжен да приеме завишението, нито да плаща допълнително. В този случай той е в правото си да откаже излишъка. При доставка на по-малко количество купувачът заплаща само фактически доставеното.

Установяването на количеството в резултат на конкретната му проверка в присъствието на представители на купувача и продавача, е по-изгодна за купувача и неблагоприятна за продавача, когато се договори това да се извърши на територията на купувача. В този случай база за сравнение е отбелязаното тегло (респ. бройки) на стоката в спецификациите, придружаващи фактурата.

- КАЧЕСТВЕНО ПРЕДАВАНЕ И ПРИЕМАНЕ НА СТОКАТА

Качественото предаване и приемане на стоката зависи от нейното естество. То може да се извърши на основата на физически, механични, органолептични “вкусови” изследвания на стоката (т.е. на образци, мостри от нея), реализирани в подходящи за целта условия (в специализирани лаборатории) и последвани от издаването на необходимите документи – **свидетелство за извършен анализ на стоката, сертификат за качество** и др. Независимо от факта, че тези документи се приемат като меродавно доказателство за съответствието на констатираното качество с договореното, то представянето им не освобождава доставчика от отговорност за качеството. Условието за качествено предаване и приемане на стоката се определя и в зависимост от възприетия международен търговски термин (франкировката) и съответните условия към него, ако има такива. Например при договорите ФОБ продавачът отговаря за несъответствие между качеството на доставената стока и уговореното качество на същата стока до момента на пресичане на бордовата линия на кораба, след което не носи отговорност за влошаване на стоката, с изключение на случаите, когато се докаже, че това е по негова вина, за което купувачът следва да представи доказателства.

Предаването и приемането на стоката по качество е в пряка зависимост и от възможността за предявяване на последващи рекламации. Например при наличие на клаузата “прегледано-одобрено” или качество “тел кел” (такова каквото е) купувачът губи правото на рекламации, ако продавачът докаже (в първия случай), че доставя прегледаната от купувача партида от стоки. Подобно положение съществува и когато съгласно клаузите на договора, качеството се удостоверява с представянето на сертификат за качество, считан от контрагентите по сделката за окончателен.

Когато в клаузата за качеството се предвижда доставка ФАК (средно добро качество), проверката на качеството по същество има за цел да установи и съответните бонификации, респ. рефакции спрямо договорената цена.

При по-сложните доставки – на машини и съоръжения, комплектно оборудване и др., предаването и приемането на стоката се разделя на етапи – предварително и окончателно. **Окончателното предаване и приемане** се извършва след изтичането на гаранционния период, включващ в себе си и периода на пробна експлоатация на стоката. Във всички останали случаи предаването и приемането на стоката по качество не бива да се разглежда като окончателно, тъй като договорът винаги предвижда възможността за рекламации

относно качеството на стоката, предявявани в определен период. В зависимост от естеството на предмета на сделката количественото и качествено предаване може да се осъществи в самото предприятие на продавача с цел своевременно да се внесат корекции, ако това е необходимо. При системата на поддоставка или подизпълнение (субконтракт) е възможно предварителното предаване и приемане да се реализира в процеса на самото производство, т.е. представител на купувача следи за спазване условията на договора в самия производствен цех.

Казаното по-горе обуславя възможността количественото и качествено предаване и приемане на стоката да не съвпадат по време и място. Поначало качествено предаване и приемане е по-труден и продължителен процес и най-често се реализира след количественото. Предаването и приемането на стоката, както по количество, така и по качество, се осъществява в **строго определен срок**, който задължително трябва да се спазва и от двете страни по сделката, тъй като има еднакво значение за тях. При закъснение по вина на продавача се увеличават рисковете, свързани с рекламации спрямо неговото изпълнение, а за купувачите съответно се намаляват възможностите (например съкращава се срокът за предявяване на рекламации относно не спазени условия на договора).

От голяма важност е определянето на **мястото на фактическото предаване и приемане на стоката**. То може да се осъществи в отправния пункт, респ. в пункта за получаване (летище, гара, автостанция, пристанище, производствено предприятие, склад и др.), като се определя и видът на предаването и приемането на стоката, т.е. дали то е предварително или окончателно.

Предаването и приемането на стоката по количество и качество се оформя чрез съставянето на **приемно-предавателен протокол** подписан от двамата контрагенти или упълномощени от тях представители. В него се нанасят конкретните резултати от качествената и количествената проверка на стоката. Когато се предвижда присъствието на двете страни по договора при предаването и приемането на стоката, а на договореното място и в уговорения срок едната от страните не се яви, то предаването и приемането може да се осъществи с участието на взаимно договорено трето (незаинтересовано) лице, за сметка на неявилата се страна.

11. УСЛОВИЕ ЗА ГАРАНЦИИТЕ

В редица външнотърговски сделки – най-вече в случаите на висока стойност на доставките (сложно оборудване, машини и съоръжения, интелектуални услуги) се предвиждат детайлно формулирани клаузи за гаранциите относно изпълнението на сделката, които доставчикът представя на купувача. Гаранциите обичайно се определят чрез възприемането на т.н. **гаранционен период**, с начало – момента на доставката, чрез който продавачът отговаря пред купувача за качеството и количеството. В гаранционния период се включва и периода на пробната експлоатация. Съдържанието на гаранциите се заключава в поддържането на открит отговорността пред купувача относно:

- комплектност на доставката;
- спазване на договорните отношения за техническата конструкция на изделието, технологичната схема на производство и др., концентрирани в съответните показатели за производителност на труда, коефициент на полезно действие, разход на гориво и енергия и т.н.;
- качество и състав на влаганите материали и суровини при изработването на стоката;
- изпълнение на договорните задължения на доставчика по монтажа, пускането в действие и безаварийна експлоатация; ритмично снабдяване с резервни части, подмяна на дефектни детайли и др.

Гаранционният период има различна продължителност в зависимост от естеството на стоката, времето за монтаж и пускане в експлоатация и др. Тези срокове се определят по взаимна договореност на контрагентите, които изхождат от съществуващите в това отношение търговски обичаи и конкретни условия на конкуренция.

12. УСЛОВИЕ ЗА РЕКЛАМАЦИИТЕ

Рекламацията представлява реализиране на правото на иск от изправната страна по договора при неизпълнени на поети задължения от неизправната страна. Тя се предявява при несъответствие на доставката на договорените условия относно количеството, качеството, срока на доставка, опаковката, маркировката и др. С рекламацията се цели постигане на обезщетение на изправната от неизправната страна по сделката, което може да се изрази в пари и допълни-

телна доставка на стоки, включително до отказ от реализиране на сделката плюс изплащане на парично обезщетение.

Когато във външнотърговския договор се определи самостоятелно място на условието за рекламациите, това предполага конкретизиране на условията, при които ще се предявяват рекламациите, формата и начина на удовлетворяването им. Производна функция на възможността да се правят рекламациите е условието за санкциите във външнотърговския договор.

13. УСЛОВИЕ ЗА САНКЦИИТЕ

Понякога в хода на изпълнение на сделката износителят забавя доставката или изпълнението на работата. С цел стимулиране на износителя за своевременно изпълнение на задълженията и компенсиране евентуални загуби на вносителите, в договорите се предвиждат санкции, чийто размер се променя в зависимост от просрочиято. Техният размер достига най-често до 8-10 % от стойността на доставяните стоки.³⁶

Условието за санкциите, които следва да понесе неизправната страна, често не намира самостоятелно място в договора, тъй като съществуват определени трудности да се направи предварителна преценка на качеството и размера на щетите, които настъпват в резултат на конкретните нарушения на договорните клаузи, за да бъдат определени и наложени съответните санкции. Ето защо се възприема договарянето на определени неустойки за определени нарушения – просрочие в доставката, некомплектност, и т.н. В повечето случаи обаче видът, размерът и формата на санкциите се определят на произнесено решение от взаимно съгласуван арбитражен съд по възникнал спор в процеса на реализация на сделката.

14. УСЛОВИЕ ЗА ФОРСМАЖОРНИТЕ ОБСТОЯТЕЛСТВА

За форсмажорни се считат обстоятелствата, които крият непреодолима сила, възникнали са в процеса на изпълнение на сделката и не могат да се предвидят от контрагентите, т.е. не могат

³⁶ Цит. съч. Фомичев, В. Международная торговля. Москва, Инфра-М, 2000, с. 284.

да бъдат предотвратени от страната, носеща отговорност за изпълнение на даденото условие на външнотърговската сделка.

Форсмажорните обстоятелства във външнотърговската практика могат да бъдат:

- стихийни бедствия от природен характер: наводнения, пожар, земетресение и др., които правят невъзможна доставката на стоката,
- силни сътресения на икономическия, социалния и политически живот: революции, преврати, блокади, общи стачки и др., които забавят или правят невъзможно изпълнението на сделката на определен етап на развитието ѝ,
- забрани за износ (респ. за внос) от административен характер, издадени от правителствени органи и засягащи пряко съответната сделка.

По начало страната, която е в невъзможност да изпълни своите задължения по сделката, е длъжна веднага след настъпването на форсмажорното обстоятелство да уведоми по най-краткия и бърз начин (телефон, факс, телекс, e-mail) насрещната страна за настъпилото събитие и да изясни неговия характер, след което да изпрати подробна информация за случилото се. Ако в договора не са предвидени, заедно с информацията се предлагат начините и средствата за окончателно уреждане на отношенията между контрагентите – отсрочване на изпълнение на сделката или нейното анулиране. Насрещният контрагент е длъжен писмено да потвърди получаването на съобщението и да изясни своето становище по случая. Във външнотърговските договори много често не се отделя самостоятелно място за това условие. Счита се, че то присъства негласно по силата на съществуващите международни търговски обичаи или става позоваване на условието за форсмажорните обстоятелства в общите условия за продажба, приложени към договора, или които са в сила в отношенията между контрагентите в границите на определен период.

15. УСЛОВИЕ ЗА РЕШАВАНЕ НА ВЪЗНИКНАЛИ СПОРОВЕ

Клаузата за решаване на възникнали спорове в процеса на изпълнение на договорните задължения, наричана още **арбитражна клауза**, има за цел да изясни към кой арбитражен съд ще се отнесат контрагентите в случай на необходимост, т.е. кой арбитражен съд

ще се произнесе с решение, общо и задължително за двете страни по договора по повод на възникнал спор.

16. СПЕЦИАЛНИ КЛАУЗИ

Освен споменатите и разгледани до тук условия на външнотърговския договор за покупко-продажба при всяка конкретна сделка може да се наложи договарянето и формулирането на специфични за случая клаузи. Например подобна специална клауза може да представлява уговорката “Без право на реекспорт”, или условието “Стоката не може да се превозва с плавателни съдове, принадлежащи на страната.....”, или уточняване на необходимостта от представянето на допълнителни, извън редовното издаване и обичайни за сделката документи по нейното изпълнение.

ГЛАВА ТРЕТА

ПОСРЕДНИЧЕСКИ ОПЕРАЦИИ

В съвременната международна търговска практика се прилагат два основни метода за придвижване на стоките до външния пазар – пряк (direct), при които производителят сам пресича националната граница и косвен (indirect), при който се използват един или повече посредници. Съществува и по-тясно разбиране на понятието пряк достъп до пазара или това е непосредствения контакт между производителя и потребителя.

И двата метода за навлизане на чуждите пазари имат своите предимства и недостатъци. Изборът на един от тях зависи от възможностите на компанията производител (респ. потребител), естеството на произвежданите стоки, степента на познаване, проникване и установяване на пазара и др.

Редица компании прибягват като начало към непрекия метод, тъй като не разполагат с необходимите организационни и финансови средства самостоятелно да осъществяват експортните операции. Други, използват непрекия метод като средство за проучване и проникване на даден пазар. Често пъти се използват паралелно и на двата метода, тъй като решението относно метода на придвижване на стоките до пазара може и трябва да бъде променено в зависимост от динамиката в развитието на пазарната конюнктура, промените във възможностите на компанията производител, в нейната маркетинг стратегия, политика и практика.

1. СЪЩНОСТ И СПЕЦИФИКА НА ПОСРЕДНИЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ

Икономическият смисъл на понятието посредничество е извънредно широк. Търговското посредничество включва богато многообразие от услуги, осъществявани на основата на договор между производителя (износител) или купувача (вносител) и търговския посредник. В кръга от услуги, осъществявани от посредниците, влизат:

- предоставяне на пазарна, фирмена и др. информация;
- установяване на контракти между контрагентите;
- посредничество на различните етапи на подготовка, сключването и реализацията на сделката;

- кредитиране на страните и предоставяне на гаранции за плащане на стоката от купувача;
- транспортни и транспортно-спедиторски операции;
- международна застраховка при транспортирането и пазенето на стоките на склад;
- изпълнение на митнически и други гранични формалности;
- операции по количествения и качествения контрол на стоките;
- операции по разфасовка, опаковка, етикетировка и маркировка на стоките;
- подготовка на необходимата документация за придвижването на стоката, заплащане и др.;
- обслужване на клиентите;
- съдействие при разглеждане и решаване на възникнали спорове;
- провеждане на рекламни и други мероприятия за целите на проникването на пазара, утвърждаване на имиджа на стоките и авторитета на фирмата производител.

Факторите, които стимулират нарастващото значение на прекия износ и внос са:

- ✓ ускорената концентрация на капитала и производството и увеличаването на относителния дял на най-големите промишлени компании в международната търговия;
- ✓ високите темпове на международното движение на производителен капитал и развитието на международното междуфирмено коопериране;
- ✓ измененията в структурата на международната търговия в полза на увеличаване на относителния дял на наукоемка, технически сложна и скъпо струваща продукция;
- ✓ разширяването практиката на дългосрочните контакти в международната търговия с промишлени стоки, селскостопански суровини, гориво и др.;

Причините за прибягване до услугите на посредниците са различни за големите и малки фирми. Големите промишлени компании използват услугите на специализираните посреднически фирми и при наличието на цялостно комплектуван и отлично организиран външнотърговски апарат и собствени задгранични канали за реализация. Чрез тях те излизат на отдалечени, с малка поглъщателна способност или нови пазари, използвайки широко тяхната пласментна мрежа и материална база за организиране на обслужването на клиентите и осъществяването на маркетинг мероприятия.

Към услугите на посредниците прибягват и големи компании, при които относителният дял на експорта в общите продажби е относително малък. Малките и средни фирми излизат на международния пазар преди всичко със съдействието на търговските посредници.³⁷

Основните видове посреднически операции са свързани със специфичните характеристики на самите търговски посредници. В тази връзка се различават:³⁸ *операции по препродажба, комисионни, консигнационни, агентски и брокерски операции*. Те от своя страна се подразделят на две основни групи:

Група първа. Операции, при които правото на собственост се прехвърля от производителя-износител върху посредника, към която спадат операциите по препродажба и реекспортните операции.

Група втора. Операции, при които правото на собственост не се прехвърля от производителя-износител върху посредника, към която се отнасят агентските, комисионните, консигнационните и брокерските операции.

2. ОПЕРАЦИИ ПО ПРЕПРОДАЖБА

При този вид операции посредникът купува стоката от производителя от свое име и за своя сметка и я препродава на друг купувач отново от свое име и за своя сметка. В зависимост от характера на договора, сключван между посредника и производителя износител, различаваме две основни разновидности на тези операции:

- отношенията между търговеца посредник и производителя износител се уреждат на основата на **договор за покупко-продажба** с изпълнението на който отношенията между търговеца посредник и производителя износител прекъсват.³⁹ В търговската практика тези посредници се наричат по правило реекспортъори, търговци или купувачи. Операции от подобен характер са еднократни и не винаги се осъществяват със знанието на износителя-производител.⁴⁰

³⁷ По-подробно относно методите за навлизане на чуждите пазари виж: Дамянов, Ат. Международен маркетинг. Свищов, АИ "Ценов", 1999, с. 111-122.

³⁸ Цит. съч. Спиридонов. Ив. и Г. Захаријева. Външнотърговски операции, Свищов, АИ "Ценов", 2003, с. 84.

³⁹ Търговският посредник закупува стоката от свое име и за своя сметка и я реализира на който пазар пожелае и при условия, които той намира за добре.

⁴⁰ Поради относителната самостоятелност и специфика на реекспортните операции, те ще бъдат разгледани отделно в глава четвърта.

- отношенията между производителя износител и търговеца посредник се уреждат от **специално съглашение**, с което на търговеца се предоставят **права на продажба с дългосрочен характер**. Този договор се отличава от договора за покупко-продажба, защото регламентира само общите условия, в които ще се уреждат отношенията между страните по конкретната реализация на стоката на определена територия.⁴¹

2.1. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА УСЛОВИЯТА НА ДОГОВОРА ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА ПРАВО НА ПРОДАЖБА

СТРАНИ ПО ДОГОВОРА. Указанието на страните по договора съдържа фирменото наименование и по-нататъшното обозначение на страните в договора, разкриващо основните им функции съгласно въпросния договор. Външнотърговската практика не предполага единна терминология за тази цел. Производителят износител се нарича предприемач, производител, износител или просто посочва неговото фирмено наименование, а другата страна – търговец по договора, или някое от възприетите в отделните страни наименования.

ПРЕДМЕТ НА ДОГОВОРА. В тази клауза на договора се определя съдържанието и характера на взаимоотношенията между производителя износител и търговеца по договора. На основата на конкретни договори в съответствие с параметрите на договора за предоставяне на права за продажба търговецът се задължава да купува доставяната от производителя износител стока и да я продава на трети лица от свое име и за своя сметка.

ХАРАКТЕР И ОБЕМ НА ПРАВОТО ЗА ПРОДАЖБА. Правото на продажба може да бъде просто, изключително или изключително с ограничения (полуизключително).

Простото право предполага възможността производителя износител да реализира стоки на договорената с търговеца терито-

⁴¹ Следователно договорът за предоставяне на права за продажба предполага сключването и реализацията на поредица от сделки по покупко-продажба на стоки в рамките на срока на неговата валидност. В тях се определят конкретните условия на сделките по покупко-продажбата: количество, цена, срок, условия на доставката и др. Последващите отношения между търговеца и купувачите, произтичащи от сключваните сделки за препродажба, се уреждат в съответствие с условията или в границите на параметрите на договора за предоставяне на права за продажба, сключен между производителя износител и търговеца посредник.

рия сам или чрез други посредници. При **изключителното право** търговецът по договора единствен продава определените стоки на договорената територия. Това предполага максимално допустима свобода и самостоятелност за него, но и голям кръг от задължения за осигуряване на ефективно и комплексно обслужване на клиентите, системно предоставяне на информация на производителя и др. В редица случаи посредникът се задължава да включва в договорите за продажба на същите стоки клауза за забрана за тяхната последваща препродажба на договорената територия от национални или други купувачи. На основата на същата логика може да се предвиди задължението на производителя износител да изпраща на посредника всички запитвания, постъпили непосредствено от купувачите потребители, намиращи на договорената територия. **Изключителното право с ограничения** (наричано още полуизключително) означава, че производителят износител си запазва правото на пряка продажба на стоките на договорената територия в определени случаи, формулирани в договора за препродажба:

а) при съвместно производство (стоките са комплектуваща част от оборудване, машини и др.);

б) при отношения на субконтракт (поддоставка, подизпълнение);

в) когато стоките се продават на държавни органи или организации;

г) ако търговецът по договора се отказва да купи по цените и условията, предложени от продавача, т.е. при наличието на уговорка за “правото на първа ръка”. В този случай производителят износител е длъжен да представя всяка първа оферта на търговеца, **наричан търговец с право на първа ръка**. Ако той откаже да третира сделката при посочените условия, производителят има право да установи пряк контакт с контрагентите на съответния пазар. Ако производителят износител измени условията в първоначално представения вариант на офертата, той е длъжен да я предложи повторно на същия търговец само в случаите, когато тези изменения я правят по-благоприятна за него, респ. по-неблагоприятна, за производителя износител (например намаление на цените, съкращаване на сроковете на доставката и др.). На практика предоставянето на “правото на първа оферта” може да бъде резултат на установена традиция в търговските отношения между определени фирми или на негласно споразумение без наличието на специално съглашение за целта.

СТОКОВА НОМЕНКЛАТУРА. В договора се посочват максимално точно и изчерпателно стоките, предмет на препродажба. Най-често това се прави в приложена към договора спецификация с подробно обозначение на стоките модели и марки или с позоваване на съответните номера от каталога на производителя износител. Нецелесъобразно е да се посочват единствено продуктивните линии, тъй като общото позоваване на продуктова линия може опасно да разшири в бъдеще правата на търговеца, респ. да ограничи или да блокира действията на производителя.

ТЕРИТОРИЯ. Договорната територия (територията върху която търговецът има право да извършва препродажба) може да се определи като политическа единица (държава) или като административна единица (район, щат в дадена държава). Тя се съблюдава строго от търговеца. Купувачите, на които той продава, нямат право да препродават извън рамките на договорената територия, в случаите, когато им се предоставя правото на препродажба.

ВЕЛИЧИНА И НАЧИН НА ИЗПЛАЩАНЕ НА ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕТО НА ТЪРГОВЕЦА. Условието за определяне на възнаграждението на търговеца по договора се формулира в зависимост от възприетия метод на установяване на цените на реализацията. Възможни са два основни варианта:

Вариант 1: Търговецът продава стоките по цени, фактически определени от производителя износител. В този случай възнаграждението му възлиза на отстъпките, които производителят износител му предоставя, изчислявани на база цени по ценоразписа.

Вариант 2: Търговецът продава по определени от него цени. Характерен за случаите на предоставяне на изключително право на продажба, когато търговецът посредник закупува стоките от износителя и ги продава от свое име и за своя сметка обикновено на базата на действащите международни цени. Трябва да се има предвид, че търговският посредник е ограничен в конкретните си действия от **клаузата за конкурентноспособност на цените**. Тя означава, че ценовото равнище не трябва да се отразява отрицателно върху пласмента на стоката на международния пазар. На практика възнаграждението на търговеца е разликата между експортната и продажната цена на стоката или като отстъпка от експортната цена (по правило от цената СИФ).

Размерът на възнаграждението на търговеца посредник е функция от действието на редица фактори: обема на оказаните услуги, характерът на стоките, тяхната конкурентноспособност, конюнктура на пазара, остротата на конкуренцията и др. Поради

това размерите на възнаграждението се колебаят в широки граници – от 2 до 45-50% от ценоразписите. Отклонението на разчетната от продажната цена възлиза на 50-100%. В международната търговия особено високи са процентите на посредническото възнаграждение за препродажба по насрещните доставки, осъществявани на комисионен принцип.

СРОКЪТ НА ДЕЙСТВИЕ НА ДОГОВОРА за предоставяне на право на продажба е винаги продължителен. Той може да бъде с точно определен срок (две до пет години) с клауза, предвиждаща възможност за мълчаливото му автоматично продължение или с неопределен (а понякога и с определен) срок, но с клауза изясняваща реда и начина на прекратяването му от страната, извила подобно желание.

ПРОДАЖБА НА СТОКИ ОТ СКЛАД.

Към договора за предоставяне право на продажба може да се приложи специално съглашение за консигнационен склад. То няма самостоятелна сила. Като по-нататък ще бъде изяснено, за разлика от обичайния консигнационен договор (т.е. комисионния) търговецът сам определя по какви цени ще продава стоките на трети лица. С изтичане на срока на консигнация търговецът е длъжен да заплати на производителя стоките независимо от това дали те са реализирани или не.

2.2 СПЕЦИФИЧНИ ДОГОВОРИ И ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА ТЪРГОВЕЦА ПО ПРЕПРОДАЖБАТА

Уговорка за неконкуренция. Търговецът по договора няма право пряко или косвено да представлява на договорената територия друга фирма – конкурираща производителя, без негово съгласие. Отсъствието на такава уговорка в договора означава, че производителят не ограничава действията на търговеца в полза на други производители, но го задължава да му предоставя текуща информация за такава дейност.

Уговорка за минимален обем на стокообмена. С нея се определя минимален размер (обем) на стокообмена, който търговеца трябва да реализира в течение на определен период. Минималният обем на стокооборота може да се определи като:

- минимална сума, в рамките на която търговецът ще закупи стока от производителя;
- количество стока, която той ще реализира с указание за периодичността на доставките;

- търговецът ще осъществява продажби на такива суми или количества, които гарантират на производителя поддържане на пазарния сегмент, измерен съгласно маркетинг практиката в процент от общата стойност на продажбите на съответния пазар.

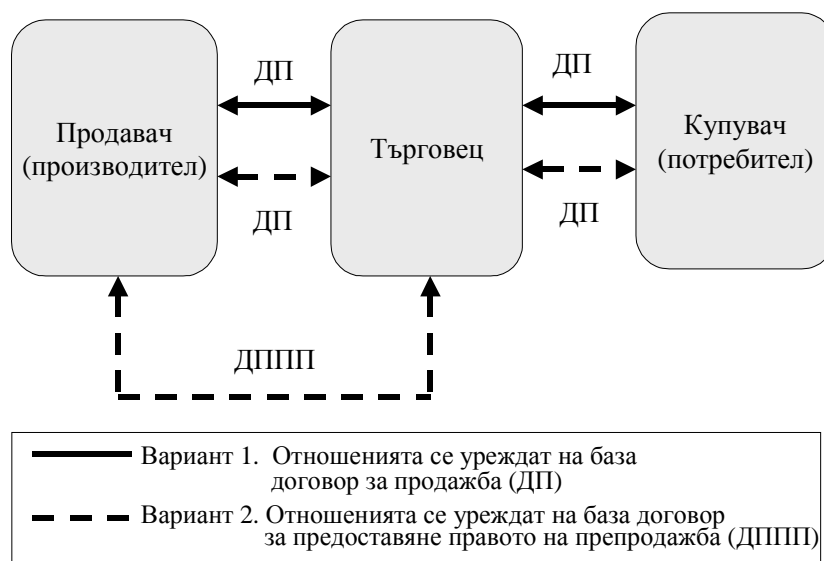
Организация на обслужването на клиентите. Тази клауза има пряко отношение към обема и характера на задълженията на страните по договора, разпределението на труда между тях по обслужването на клиентите и размера на възнаграждението на търговеца за целта. При продажбата на машини и съоръжения търговецът в най-честия случай е длъжен да организира и осъществява техническото обслужване през гаранционния период и да осъществява определени услуги в периода на експлоатацията на оборудването след изтичане на гаранционния период. За целта в договора се предвижда задължението на търговеца да поддържа склад с резервни части, ритмично постъпващи от производителя износител и материално-техническа база за ремонт. В този случай възнаграждението на търговеца по договора включва разходите по обслужването. Понякога задълженията, респ. разходите, се разделят между търговеца и производителя износител в установено съотношение – например производителят износител предоставя на търговеца резервни части, инструменти, документация, а търговецът осъществява самото обслужване срещу определена, постоянна по размер отстъпка от цената (например 8-15%). Има и случаи, при които производителят поема върху себе си задълженията на техническото обслужване като дава право на търговеца по договора да удовлетворява рекламациите на купувача при условие, че понесените разходи ще бъдат компенсирани, заплатени отделно от производителя износител.

В широкия смисъл на понятието обслужването на клиента предполага богато многообразие от дейности, които се описват в детайли в договора за предоставяне на право на продажба или в самостоятелно съглашение в качеството на неразделна част от договора за продажба. Освен техническото обслужване търговецът осъществява консултационна, информационна и други дейности. Известна представа за функционалната връзка между характер и обем на обслужване и размер на възнаграждението на посредника (търговец по препродажбата на дребно).

Реклама. В тази клауза на договора се изясняват въпросите, свързани с величината на средствата за реклама, методите и средствата за провеждане на рекламата, съотношението на участието на страните по договора в разходите по рекламата, вида и бройките на

рекламните материали, които производителят⁴² ще изпраща на търговеца.

Операция по препродажба



Предоставяне на информация. Търговецът е длъжен периодично (ежемесечно, тримесечно, а понякога и ежеседмично) да изпраща на производителя определена по обем и вид информация относно хода на продажбите, конюнктурата на пазара, промените в конкурентните условия и др.

2.3 СПЕЦИФИЧНИ ДОГОВОРИ И ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ИЗНОСИТЕЛ

Те зависят най-вече от естеството на стоките и характера на операцията с търговеца по договора и се изразяват най-често в:

- задължително информиране на търговеца за подобрения в продукцията, внедрени новости в продуктовете линии, опаковката, разфасовката и др.;
- при сложно оборудване предоставяне на търговеца пълна техническа документация и оказване на съдействие при ре-

⁴² Участието на производителя в разходите за рекламата е най-високо при въвеждането на нови стоки на пазара. В този специфичен случай се отделя особено внимание на клаузата за осъществяването и финансирането на рекламата.

шаването на технически проблеми, възникващи в процеса на продажбата на оборудването;

- поемане на задължение за кредитиране в определен размер на продажбите, частично или напълно компенсиране на разходите по техническото обслужване, рекламата, организирането на изложби и демонстрации и др.;
- стимулиране на търговеца посредник с парични премии, туристически пътувания, покани за почивка, подаръци за успешна работа и др.

Производителят-износител има правото да осъществява контрол върху дейността на търговеца. При съвременните условия за информационно осигуряване контролът върху ежедневната работа на търговеца посредник не представлява проблем. Независимо от това, с цел поддържане на непосредствен контакт, производителят износител може да осъществява контрол и на място, чрез пряко наблюдение на работата на търговеца, в случай че в договора е предвидена подобна възможност.

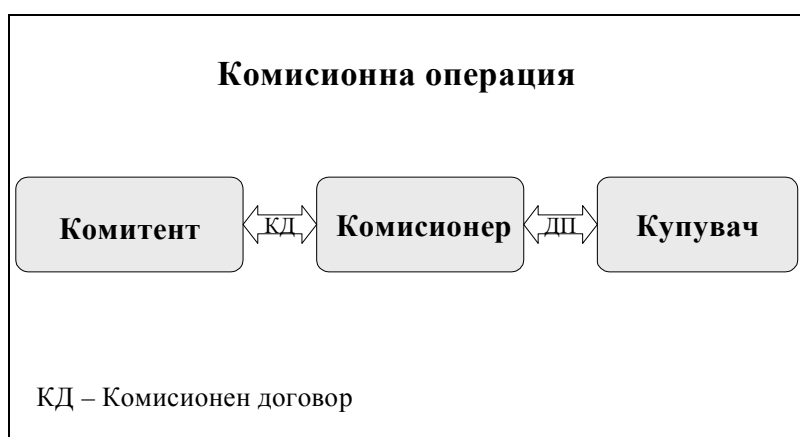
3. КОМИСИОННИ ОПЕРАЦИИ

3.1. СЪЩНОСТ НА КОМИСИОННИТЕ ОПЕРАЦИИ

Понятието комисионер (от тук комисионна търговия) е свързано с латинската дума “комисио” (commisio), което означава поръчение. Комисионерът е лице или фирма, което по поръчение на друго лице или фирма - комитент, сключва сделки от свое име, но за сметка на комитента. Комисионерът не купува стоките от комитента, а само извършва сделките по тяхната покупко-продажба за сметка на комитента, който остава техен собственик до предаването им в разпореждане на купувача. Този принцип не се нарушава и в случаите, когато продажбата чрез комисионер е свързана с предварителното предаване на стоките във владение на комисионера. Рискът от случайна гибел или повреждане на стоката при отсъствие на друга договореност се понася от комитента. Комисионерът е длъжен да положи усилия за опазването на поверените му стоки и отговаря за повредите или липсите, ако те са предизвикани по негова вина. В международната търговска практика комисионерът често се разглежда като една от разновидностите на търговския агент, когато последният се приема за обобщаваща фигура на посредник, който не придобива правото на собственост върху стоката, която продава.

Отношенията между комисионера и комитента се уреждат с **договор**, наречен **комисионен**. Комисионерът влиза в отношения с трети лица като самостоятелно юридическо лице, но строго спазва поетите в рамките на комисионния договор задължения спрямо комитента и следва неговите указания. Следователно комисионерът е посредник само от гледна точка на комитента. За купувача той е страна по договора за покупко-продажба.

Комисионните операции се делят на *експортни* и *импортни*. При експортните комисионерът продава на чужди фирми стоки от отечествен произход по поръчение на отечествените комитенти (промишлени, търговски и др. Предприятия) или купува от пазара на собствената страна стоки по поръчение на чужди комитенти. Комисионните операции по вноса представляват покупки на стоки на чуждия пазар по поръчение на отечествените комитенти и продажби на националния пазар на чужди стоки по поръчение на чужди комитенти.



В практиката не са установени типови условия за изработването на комисионните договори. Законодателна уредба на договорите за търговско посредничество в международната търговия почти липсва. Ето защо страните по комисионния договор определят условията съгласно естеството на сделката и собствените си интереси.

Между обичайно включваните клаузи, по принцип сродни по съдържание с тези на договора за предоставяне на право на продажба, специфично значение имат:

КОМИСИОННОТО ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕ, което комисионерът получава. Размерите, формите и начините на определянето и изплащането му се определят в комисионния договор или съгласно съществуващите закони в съответната страна (като законно установени

такси за извършената от комисионера услуга). То може да бъде изчислено като:

- процент върху стойността на продадената (закупената) стока при посредничеството на комисионера. Този вариант е най-разпространеният в международната търговска практика;
- глобална сума плюс допълнително възнаграждение в процент;
- разлика в лимитните цени, установени в договора и цените, по които комисионерът осъществява реализацията на стоката.

Комисионното възнаграждение се увеличава, в случай че комисионерът:

- кредитира сделката или гарантира плащането ѝ. Това допълнително възнаграждение по правило е по-малко от обичайното комисионно и се нарича **делкредере**;

- продаде стоката по цени, по-високи, или закупи по цени по-ниски от договорените в комисионния договор. В този случай определен процент от разликата в цените остава в негова полза;

- продаде в рамките на установения срок по-големи количества от максимално договорените;

- е постигнал с комитента специални договорености – разширяване на пазарния сегмент, въвеждане на нови стоки на пазара, проникване на трудни или отдалечени пазари и др.

Комисионерът има право на т.н. **мъртво комисионно**, когато сделката не се реализира не по негова вина и на **частично комисионно**, когато комитентът сключи сделка с трето лице на територията на посредника, притежаващ изключително право на продажба, без негово участие, но със съгласието му.

Комисионерът се отчита пред комитента с т.н. **комисионна сметка**. Той превежда сумата за продадената стока като приспада направените разходи по операцията и своето възнаграждение съгласно комисионния договор, по сметката на комитента след постъпване на плащането от купувача в границите на посочен в комисионния договор срок. Потвърждението за получения превод от страна на комитента означава изпълнение на комисионния договор.

Лимитни цени. Лимитните цени представляват продажни цени, под които комисионерът няма право да слиза (при продажба) или над които няма право да се качва (в случай на покупка) при сключването на сделката без изричното съгласие на комитента.

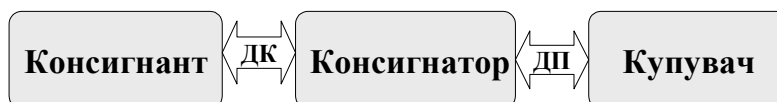
Комисионните поръчения, отправени от купувачите до чужди комисионери, приемат формата на т.н. **инденти** (indent). Индентът е поръчка, отправена от вносителя на една страна (комитент) до

комисионер от друга страна за покупка на производителя на своята страна. По същество индентът представлява комисионно поръчение с еднократен характер и точно определящо партидата стоки, която иска да закупи комитентът. Когато комитентът определя и производителя на стоката, индентът се нарича закрит, а при свобода на комисионера за избор на производител, е налице открит индент.

3.2. КОНСИГНАЦИОННИ ОПЕРАЦИИ

Консигнацията (consignation) е разновидност на комисионната сделка за продажба. При нея комисионерът, наречен консигнатор, поддържа склад, наречен консигнационен склад, в който комитентът, наречен консигнант, периодично доставя стоки с цел тяхната продажба в определен срок наречен консигнационен срок, срещу определено възнаграждение за консигнатора. Отношенията между консигнанта и консигнатора се уреждат в **консигнационен договор**.⁴³

Консигнационна операция



ДК – Консигнационен договор

Поради специфичния характер на тези операции могат да възникнат редица трудности при предоставяне на поръчение за консигнационна търговия, авързани с:

- изясняването на т.н. търговски условия, т.е. условията при които стоката се доставя на консигнационния склад, или разделението на задълженията на страните по договора относно транспортирането, застраховането и риска от погиването или повреждането на стоката. По същество става дума за умело използване и отразяване като съдържание в договора на ИНКОТЕРМС;

⁴³ Този договор исторически е произлязъл от комисионния договор и се подчинява на законодателните норми за този договор.

- изясняването и конкретизирането на **условията, при които консигнаторът е длъжен да продава стоката на трети лица;**

- определянето на методите и **формите за изчисляване на възнаграждението на консигнатора и сроковете на изплащането му;**

- разпределението на **участието на консигнанта и консигнатора в разходите по организацията и реализацията на консигнационните сделки,** както и в случаите, когато се налага непроданите количества стоки на склад да се върнат обратно в страната на консигнанта.

Посочените проблеми намират конкретно изяснение в клаузите на консигнационния договор. Макар и разновидност на комисионния, консигнационният договор притежава собствена специфика. Съдържанието на основните клаузи схематично се конкретизира в следното:

Страни по договора. В тази клауза се посочват фирмените наименования, адреси и функции съгласно договора на консигнанта (комитента) и консигнатора (комисионера).

Предмет на договора. На база поръчение на консигнанта, консигнаторът осъществява продажба от склад зад граница при условията, посочени в консигнационния договор.

Стокова номенклатура. В тази клауза максимално точно и изчерпатилно се определят стоките, обект на консигнационни продажби с указание за продължителността на сроковете на престоя им в консигнационния склад и количествата, в които те следва да бъдат винаги на разположение на консигнатора. За целта пълното описание на стоките, вкл. по стокова марка, качества, асортимент, опаковка, разфасовка и др. параметри, се дават в спецификации, като неразделна част от консигнационния договор.

Територия на действия на консигнатора. Определянето на територията, в границите на която консигнаторът има право да продава стоката, е в сила и за нейните купувачи, освен при изричното писмено съгласие на консигнанта за противното. Съдържанието на тази клауза предполага дефиниция на договорната територия като политическа или административна единица.

Срок на консигнацията в рамките на който оставената на консигнация стока следва да бъде продадена. Обикновено той се движи между 6 и 24 месеца в зависимост от естеството на стоката, конюнктурата на пазара и др. В някои страни максималният срок на консигнация може да бъде лимитиран и съгласно закона. Срокът на действие на консигнационния договор може да достигне и 5 г., т. е.

много повече от срока на консигнацията. С изтичането на срока на консигнационния договор неговите клаузи остават действително за всички партии стоки, намиращи се на консигнация, т. е. все още непродадени, или за които заплащането още не е извършено.

Право на собственост върху стоката. Стоките, предавани на консигнация, остават собственост на консигнанта до момента на тяхната продажба на трети лица. Много често в договорите за консигнация този основен принцип се допълва с уговорката, че консигнантът запазва правото на собственост върху стоката до пълното заплащане на покупната цена и постъпване на сумите по сметката на консигнанта.

Лимитни цени. По правило в тази клауза на консигнационния договор се формулират два основни момента: минимална продажна цена, под която консигнаторът не може да осъществява продажби без изричното писмено съгласие на консигнанта и базисните търговски условия (съответно ИНКОТЕРМС), при които е установена лимитна цена.

Условия за плащане. Консигнаторът се задължава да превежда по сметката на консигнанта в определена валута и в посочена банка сумите, постъпващи от продажбите на стоките след отчитане на направените разходи и неговото възнаграждение съобразно постигнатата договореност в определен брой дни след осъществяването на плащане от страна на купувачите.

Начин за определяне и плащане на възнаграждението на консигнатора. Възнаграждението се определя в даден процент върху сумата на продадената от консигнационния склад стока или като разлика между лимитната и реализираната цена. В рамките на това условие в консигнационния договор е желателно да се определят случаите, при които възнаграждението на консигнатора се увеличава и моментът, в който той има право да го получи.

Връщане на непродадените стоки. Тази клауза третира разпределението на разходите по връщането на непродадената стока от консигнационния склад в страната на консигнанта. Обичайно, ако не е договорено друго, консигнаторът поема разходите франко или FOB собствена национална граница, след което разходите се поемат от консигнанта.

СПЕЦИФИЧНИТЕ ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА КОНСИГНАТОРА ВКЛЮЧВАТ:

- ✓ да наеме, оборудва и поддържа подходящ консигнационен склад съобразно естеството на стоките;

- ✓ да осигурява свободно и своевременно придвижване на стоката от производителя до склада, както и последващото ѝ движение до клиента потребител. Това означава набавянето и придвижването на необходимите митнически, застрахователни, складови и други документи, получаване на разрешения за внос и др.;
- ✓ да гарантира запазването на стоката и нейното качество в консигнационния склад. За целта е необходимо да поддържа определен температурен и друг режим. В случай на причиняване на загуби за консигнанта поради неспазване на това задължение, консигнатора е длъжен да ги компенсира.;
- ✓ да заплаща всички разходи, свързани с поддържането и функционирането на консигнационния склад, демонстрационните и изложбените зали към него – наем, работни заплати на персонала, застраховки, поддържане и др.;
- ✓ да осъществява застраховката на стоката намираща се в склада в договорения (или в първокласен) застрахователен институт на името на консигнанта като собственик на стоката и да предаде на последния застрахователната документация;
- ✓ да подготвя, организира и провежда текуща рекламна дейност, периодични изложби, демонстрации и др. с цел утвърждаване на имиджа на стоката и нейния производител;
- ✓ да осигурява богато многообразие от услуги за клиента, гарантиращи ефективното използване на стоката;
- ✓ да предостави на консигнанта банкова гаранция за добросъвестна работа;
- ✓ да осигурява и поддържа ритмичен системен поток от информация за консигнанта относно пазара, клиентите, техните предпочитания др., в съответствие с постигнатата договореност.

В СПЕЦИФИЧНИТЕ ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА КОНСИГНАНТА влизат следните:

- ✓ да доставя в склада на консигнатора определените видове и количества стоки;
- ✓ да съдействува с материали, средства и консултации в организирането и провеждането на рекламната дейност и обслужването на клиентите;
- ✓ да дава необходимите инструкции и информация на консигнатора, свързани с успешното изпълнение на продажбите;
- ✓ редовно да изплаща възнаграждението на консигнатора;

- ✓ в случай на договореност да заплаща наема и всички разходи, свързани с поддържането и функционирането на консигнационния склад;

Консигнацията се практикува при продажбата на нестандартни стоки, при излизането на нови пазари – непознати за консигнанта, при предлагането на нови стоки, при необходимост от бързи доставки и редовно снабдяване с резервни части и организация на квалифицирано техническо обслужване на продаваната продукция.

Консигнационната търговия се стимулира и улеснява от наличието на свободни зони и пристанища, в които могат да се използват при свободен режим или при минимални митнически и други формалности наличната материално-техническа база, опитът и услугите на утвърдени търговско-посреднически фирми.

4. АГЕНТСКИ ОПЕРАЦИИ

4.1. СЪЩНОСТ НА АГЕНТСКИТЕ ОПЕРАЦИИ

Агентски се наричат операциите при които една страна (наречена принципал, доверител) поставя поръчение на друга, независима от нея страна (наречена агент) да извърши фактически и юридически действия, свързани с продажбата или покупката на стока за сметка и от името на доверителя на основата на повече или по-малко продължително (обикновено многогодишно) съглашение. В повечето случаи агентът е самостоятелно юридическо лице, регистрирано в търговския регистър. Той не само се намира в трудови отношения с принципала и свободно осъществява своята дейност срещу определено възнаграждение (наричано понякога провизион).

За разлика от търговеца с право на продажба и комиссионера, агентът само съдейства за сключването на сделката и нейната реализация, но не участва като страна по договора с купувача на стоката. Той не купува и не продава за собствена сметка.

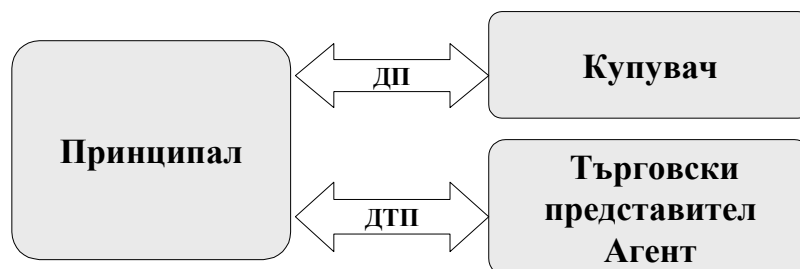
Агентското съглашение може да предвижда три вида отношения:⁴⁴

- между принципала и агента;
- между принципала и трети лица;
- между агента и трети лица.

⁴⁴ Цит. съч. Гамов, Н. И А. Третьяков. Основы внешнеэкономической деятельности. Запорожье, 1998, с. 60-61.

Първият вид се урежда посредством агентския договор, в който се посочват правата и задълженията на принципала и агента, мащаба на пълномощията, които се предоставят на агента и размера на неговото възнаграждение. Вторият е на практика договора за покупко-продажба, сключен между принципала и клиента с посредничеството на агента. Третият вид се проявяват в изключително редки случаи.

Операция за търговско представителство



ДТП – Договор за търговско представителство

Агента може да извършва юридически и/или фактически действия. Юридически например са действията по сключване на договора от името и за сметка на своя доверител, а фактически действия са установяването на контакти между контрагентите, предаването на информация и др. Това дава основание за различни наименования на търговския агент в отделните страни – търговски представител, доверяем, агент и др. Различия се наблюдават и в законодателствата на отделните страни, уреждащи агентските съглашения. В някои страни те попадат под общите разпоредби за представителство и посредничество (САЩ, Англия). Следователно решаващи са търговските обичаи и съдебна практика. В други страни (например в Скандинавските страни и в Япония) има специални норми, регулиращи правоотношенията с агентите. В трета група страни отношенията между агента и принципала се уреждат съгласно общите положения на договора за търговско представителство – Белгия, Франция, Испания, Португалия и др.

Като основа за сключване на посреднически съглашения в международната практика служат два основни документа: Директивата на ЕС по отношение на независимите търговски агенти от 1990

г. и Конвенцията за представителството в международната покупко-продажба на стоки (1983 г.).

С директивата се регулират правата и задълженията на страните по агентското съглашение, определя се реда за неговото сключване и прекратяване.⁴⁵ Конвенцията урежда отношенията между агента и принципала, а също и тези между агента и трети лица.⁴⁶ Прилага се когато принципала и третото лице имат предприятия в различни страни и агентът е упълномощен от принципала да сключва договори за продажба на стоки.

4.2. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА УСЛОВИЯТА НА АГЕНТСКИЯ ДОГОВОР

В клаузите на агентския договор се изясняват следните основни въпроси:

СТРАНИ ПО СЪГЛАШЕНИЕТО:

- **принципал (principal, le mandant)** - лицето, от името и за сметка на което агентът сключва сделките или осъществява посредничеството за тяхното сключване и
- **агент (agent, agent commercial)** - посредникът.

В някои държави страните по агентския договор се наричат предприемач или търговски представител, довереник или доверител. Както във всяко друго съглашение, страните по агентския договор се определят с фирмено наименование, правен статут и адрес, съгласно регистрацията им.

ХАРАКТЕР НА ОТНОШЕНИЯТА. С тази клауза се определя обема на пълномощията, които принципалът предоставя на агента. Различава се агент с право и агент без право да сключва сделки от името и за сметка на принципала. Наред с това се посочват и всички други дейности, за които агентът може да представлява принципала.

СТОКОВА НОМЕНКЛАТУРА. По своето съдържание и изисквания тази клауза на агентското съглашение се покрива с аналогичната на нея в комисионния договор.

⁴⁵ Според директивата търговският агент е независим посредник, на който се възлага дългосрочното задължение да провежда преговори по покупко-продажбата за друго лице, наречено комитент или да води преговори и сключва сделки от името и за сметка на комитетта.

⁴⁶ Пак там, с. 61.

ТЕРИТОРИЯ НА ДЕЙСТВИЕ НА АГЕНТА. Въпросът за територията, върху която агентът има право да упражнява дейността си, се урежда както и в разгледаните по-горе съглашения.

ХАРАКТЕР НА ПРАВАТА, ПРЕДОСТАВЯНИ НА АГЕНТА. Познатите варианти на обем и характер на правата, предоставяни на търговеца по продажбата и комисионера, намират пълноценно приложение в простото, изключителното и полуизключителното право на агента да представлява принципала на договорената територия. При **простото право** принципалът си запазва възможността да води преговори и сключва сделки с купувачи, разположени на територията на агента, без да прибегва към неговите услуги. То се конкретизира и чрез включването в съглашението на т.н. условие за преки продажби (*direct sales clause*). **Изключително право** се предоставя обичайно при трайни връзки между принципала и агента за сравнително продължителен срок. То се формулира още с т.н. **монополна уговорка**, като в някои случаи към нея се прибавя и условието за косвените продажби (*indirect sales clause*). Последното означава, че стоките на принципала няма да се продават на територията на агента чрез посредници от трети страни. Еволюцията в отношенията между принципала и агента може да доведе до включването и на **екстериториална уговорка** (*extra territorial sales clause*) – агентът получава правото да продава стоките на принципала и вън от определената му територия. **Изключителното право с ограничения** предполага същите принципни положения, както и при разгледаните вече други посреднически съглашения.

СРОК НА ДЕЙСТВИЕ И ПОРЯДЪК ЗА ПРЕКРАТЯВАНЕ НА ДОГОВОРА. Агентско съглашение може да бъде сключено за определен и неопределен срок. Когато срокът е определен, той се движи в рамките на 1 до 5 години с възможност за автоматичното му продължение при мълчаливото съгласие на страните за съгласуван или неопределен срок.

ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕ НА АГЕНТА. В тази клауза се разглеждат въпроси, като:

- ✓ **Начин на изчисляване на възнаграждението.** То се определя в съгласуван процент върху цената, която купувачът заплаща по условията на сключения договор. Съгласно обичайната практика възнаграждението се изчислява върху нето сумите, получавани от принципала за продадената стока, т.е. върху сумата след приспадане на разходите за опаковка, транспорт, застраховка мита, данъци и др.

- ✓ **Размер на възнаграждението.** Величината на агентското възнаграждение е в пряка зависимост от обема и характера на функциите, които изпълнява агентът, от естеството на стоките, от установената практика в собствената страна, от условията на конкуренцията, от имиджа на стоката, от действащата конюнктура на пазара и др. На агенти, които само посредничат без да сключват сделки, се заплащат по-ниски ставки. Когато агентите предоставят допълнителни услуги – например кредитират и застраховат, организират и осъществяват техническо обслужване при пласмента на машини и съоръжения, и пр., те получават много по-високи проценти на възнаграждения – средно до 20-25%, дори 30-50%, при обичайни 10%. В договора може да се предвиди възможността за преразглеждане на размера на ставките или да се установи дегресивен порядък на определянето и изплащането на възнаграждението успоредно с усвояването на пазара и опознаването на стоките от страна на агента. Могат да се предвидят и условия за увеличаване на възнаграждението на основата на дефинирани в договора параметри.
- ✓ **Момент на възникване на правото на агента да получи възнаграждение и срок (дата или периодичност) на плащането му.** Когато този въпрос не се третира в договора и не се урежда от съществуващата търговска практика или обичай, агентът може да поиска заплащане веднага след изпълнение на задължението си, т.е. след приемане на поръчката от страна на принципала. Може да се договори заплащането на възнаграждението да се извърши веднага след експедицията на стоката. Практиката показва, че изплащането на възнаграждението на агента се извършва в най-честия случай след като принципалът получи в брой парите за стоката, продадена при посредничеството на агента. Последният получава възнаграждение и когато сделката не се реализира по вина на принципала, а при предоставяне на право на изключително представителство и при сделки, сключени от принципала без съдействието на агента, но с негово съгласие (съответно мъртво и частично комисионно възнаграждение).

Задължения на агента. Те могат накратко да бъдат формулирани чрез включване в договора на такива уговорки, като:

- **уговорка за не конкуренцията.** Тя предполага агентът да се въздържа от действия, които увреждат интересите и конкурентноспособността на принципала. Той няма право: да предлага, купува както и да рекламира стоки, конкуриращи стоките на принципа-

ла; пряко или косвено да представлява конкурентни на принципала фирми на договорната територия и извън нея; да инвестира капитал в конкурентни на принципала начинания и др.;

- **уговорка за минимален оборот.** Тази уговорка конкретизира задължението на агента да посредничи за сключване на сделки по покупко-продажба в определен обем, изразен в посочена в контракта сума, наречена минимална квота. В съглашението се установява минимална квота за първата година от срока на действието му, като за всяка следваща година размерът на тази квота се съгласува в определен срок преди изтичането на предшестващата. С това условие се конкретизират и последиците от неизпълнение на определените квоти, както в минус така и в плюс;

- **уговорка делкредере (del credere commision).** Това условие поставя пред агента задълженията изяснени при аналогичната клауза на комисионния договор.

Освен посочените по-горе, агентът има и друг тип задължения:

- да организира и провежда текущо **рекламата на стоките** на доверителя съгласно неговите инструкции. За целта принципалът изпраща на агента по правило безплатно образци, мостри, проспекти, каталози и други рекламни и информационни материали. Те остават собственост на принципала и следва да се върнат, ако има такива в наличност в агента, след изтичането на срока на съглашението. Всички рекламни мероприятия като съдържание, форма, честота и пр. се съгласуват с принципала;

- да изпраща периодично **сведения за хода на продажбите**, изискванията на пазара, качествата и постиженията на конкуренцията, за собствените договорености с фирми, неконкуриращи принципала и др.;

- да съдействува за **уреждането на отношенията между преките контрагенти** в процеса на реализация на сделките;

- при договореност с принципала да осъществява техническо и друго обслужване на клиентите, като за целта поддържа необходимата материално-техническа база, за информационно осигуряване и др.;

- при поискване да представи банкова и/или друга гаранция за добросъвестна работа и др.

Ако агентът превиши пълномощията, предоставени му по договора, той задължава с тези действия себе си, но не и доверителя. Само в случай, когато доверителят ги одобри, те се считат за из-

вършени от негово име и за негова сметка от момента на осъществяването им.

На свой ред принципалът има редица права, конкретизирани в договора: правото на изменение на цените, по които агентът сключва сделките; правото на регистрация на търговските марки на стоките, пласирани чрез агента (trade marks clause) и др.

5. БРОКЕРСКИ ОПЕРАЦИИ

При брокерските операции посредникът (брокер, маклер, куртие) установява контакт между страните по сделката. Независимо от конкретната дейност, която изпълнява или когото ще представява, брокерът винаги действа като посредник в тесен юридически смисъл. Това означава, че той не е страна по договор, а участва единствено с цел да установи контакт между страните по сделката, сключвана с помощта на неговото посредничество. За разлика от агента, брокерът не влиза в договорни отношения с нито една от страните по сделката и действа на основата на еднократни самостоятелни поръчения. За всяка сделка той получава специални пълномощия и е длъжен да действа само в техните рамки.

Брокерските операции са свързани с борсовата търговия, тъй като брокерът е неизбежна фигура на борсата. Посредниците на стоковите борси са познати още под наименованията маклер и куртие. Различията в наименованията обаче не се дължат единствено на езиковия произход (съответно от английски, немски и френски), но и на специфичните особености, мащабите и характера на тяхната дейност. Най-голямо значение в международната борсова търговия има брокерът.

Брокерът (broker) е посредник на борса от англо-саксонски тип⁴⁷. Обикновено той само установява връзка между контрагентите в сделките за покупко-продажба на стока, валута, ценни книжа и др. брокерът може да играе роля и на комисионер. За извършваните услуги той получава възнаграждение, наречено брокъридж (**brokerage**), определяно съгласно установените в съответната страна и на съответната борса норми. Брокерите се специализират по съответни видове стоки или услуги (фрахтуване на кораби, застрахователни операции, насрещни операции, определяне на качествени

⁴⁷ Това са борси, изградени под формата на свободни сдружения (най-често акционерни дружества и по-рядко ДОО) на частни производствени, търговски, посреднически и др, фирми и лица. Разпространение са в САЩ, Англия, Холандия и др. страни.

и количествени параметри при приемане и предаване на стоките в международната търговия, при разплащателни операции и др.). Сolidните брокерски къщи⁴⁸ осъществяват по поръчение на своите доверители и задълбочени проучвания на общостопанската конюнктура, на определени стокови пазари, на специфичните пазари на транспортните, застрахователните и др. услуги. Брокерите изпълняват посредническата дейност като свободна професия. Техният брой на дадена стокова борса не се регламентира от законодателствата, освен при борсите от континентален тип. Следователно управителните органи на борсите могат да внасят изменения в броя на членуващите в съответната борса брокери.

Маклер (makler) е борсов посредник по силата на континенталното право и по-специално в немски говорещите страни. За разлика от брокерите и куртиетата, които посредничат на стоковите борси, съгласно установената обичайно международна практика маклерът е борсов посредник на фондовите борси. За извършваните посреднически услуги маклерът получава съответно възнаграждение (**Makler-Courtage**), определяно най-често в процент.⁴⁹

Куртие (courtier)⁵⁰ е посредник на стоковите борси във Франция и някои други европейски страни. За разлика от брокерите, куртиетата са служебно назначени лица, което произтича от особеностите на континенталното право по организиране и функциониране на стоковите борси. Принципите на неговата дейност са идентични с тези на брокера.

В българската външноикономическа практика посредническите операции са отлично познати във всичките им разновидности, разгледани на предшестващите страници. На национална територия най-добре е усвоена практиката на операциите по препродажбата и агентските операции. Понастоящем обаче се формират благоприятни условия за развитието на всички останали видове посреднически операции, в т.ч. и брокерските.

⁴⁸ Брокерско-дилърските фирми се наричат още брокерски къщи. (Брокер – дилъра е физическо или юридическо лице, което купува и продава ценни книжа, фючърси и опции както за своя собствена сметка – като принципал, така и като агент на клиентите си.

⁴⁹ В Германия възлиза обичайно на един промил от стойността на сделката.

⁵⁰ Куртието е също така борсов посредник на неофициалния пазар на ценни книжа.

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

СПЕЦИФИЧНИ ОПЕРАЦИИ

Специфичните операции могат да се дефинират като сложни комбинации от самостоятелно сключвани и реализирани външно-търговски сделки с цел препродажба на една или повече стоки с участието на контрагенти от повече от две страни. Обект на специфичните операции са привлечени чужди материални ресурси, които се реекспортират в друга страна след незначителна или съществена преработка в страната на реекспортъора или без да бъдат подложени на преработка. Самото понятие “специфични операции” се употребява в случая с известна условност, защото с него биха могли да се обозначат и други видове операции. По-точно би било използването на названието “посреднически операции на основата на реекспорт”. Въпреки това обособяването на самостоятелна група външноикономически операции под наименованието “специфични” създава предпоставки за открояване на особеностите на една значителна група посреднически операции, към която могат да се причислят и такива сделки като тези за преработка (ишлеме), които в широк смисъл на понятието означават скрит реекспорт.

Към групата на специфичните операции се отнасят следните разновидности: *класически реекспорт*; *сделки суич (switch)*; *сделки але-ретур (aller-retour)* и *сделки за преработка на чужди ресурси*.

1. РЕЕКСПОРТНИ СДЕЛКИ

Класическият реекспорт представлява покупка на стоки в една страна с цел препродажбата им в друга (чужда за реекспортъора страна), без да се подлагат на съществена обработка. Обичайно реекспортните операции се осъществяват в конвертируема валута, като печалбата е резултат на разликата в покупните и продажните цени. Основни характерни особености на реекспортните операции са:

Първо. С тези операции се цели реализиране на печалба в ефективна валута в резултат на умело използване на пазарната конюнктура.

Второ. При тях нямаме превръщане на един вид валута в друг на основата на критерия за разлика в степента на тяхната ценност.

Трето. Стоките обект на реекспорт не се подлагат на обработка или се допуска в случай на необходимост несъществена обработка (като разфасовка, смяна на етикетите и маркировката, смяна на опаковката и амбалажа), която не променя тяхното основно съдържание и предназначение.⁵¹

Четвърто. Реекспортните операции носят характера на еднократни сделки по препродажба, като инициативата принадлежи на реекспортъора, който уведомява или не другите участници в операцията за нейния характер.

В практиката са познати следните разновидности на реекспортните сделки:

- a) срочни реекспортни сделки;
- b) реекспорт за собствена сметка;
- c) реекспорт за чужда сметка;
- d) проста реекспортна сделка;
- e) сложна реекспортна сделка и
- f) многократна реекспортна сделка.

1.1. СРОЧНИ РЕЕКСПОРТНИ СДЕЛКИ

При тези сделки продажбата на закупената от реекспортъора стока се извършва след продължителен период от време – 3,6 и повече месеца (през който период тя стои в склад на реекспортъора или в склад на свободно пристанище, свободна зона и др.). Целта на отсрочката е изчакването на по-благоприятни пазарни условия за осъществяване на препродажбата.

Срочният реекспорт е свързан с реални рискове, резултат от изменения в цените, транспортните разходи, валутния курс и др. в негативна за реекспортъора посока. При тези операции от значение са неизбежните разходи, свързани с осъществяването на срочен реекспорт (наем, съхраняване на стоката, претоварване и др.), както и лихвения процент, в случай че парите са вложени в банка.

Пример на срочен реекспорт:

Фирма “X” от **страна А** закупува стока от **страна В** по 90 долара за тон и след 5 месеца, през които стоката стои в склад на реекспортъора (фирмата от **страна А**), я препродава в **страна С** по

⁵¹ Тези дейности се осъществяват по пътя на движението на стоките от продавача до тяхното местоназначение – склад на реекспортъора или по договор на транспортно-спедиторски, транспортни, посреднически и др. фирми и организации.

100 долара за тон. Реализираната печалба от 10 долара за тон фактически е по-малка, защото от нея следва да се приспадат разходите за наем, поддържане на склада, съхранение на стоката и евентуални операции по разфасовка, опаковка и др., както и загуба на лихви за посочения период от 5 месеца. Сделката има смисъл, ако печалба е по-висока от лихвата по депозити плюс всички разходи по нея.

1.2. РЕЕКСПОРТ ЗА СОБСТВЕНА СМЕТКА

Реекспортът за собствена сметка е вариант на класическата реекспортна операция. При него реекспортърът осъществява операцията по покупката и сделката по препродажбата от свое име, за своя сметка и за свой риск. Успехът на сделката зависи от отличното познаване на условията на международните пазари и способността за бърза реакция на тяхното изменение, отличното информационно осигуряване на дейността на реекспортъра, поддържането на тесни връзки с финансовите институции за ползуване на кредити, с посреднически и други фирми и организации, съдействащи при осъществяване на външно икономическа дейност.

1.3. РЕЕКСПОРТ ЗА ЧУЖДА СМЕТКА

При тази разновидност на реекспорта реекспортърът по същество играе ролята на обикновен посредник – комисар или агент. Сделката се договаря обичайно пряко между продавача и купувача на стоката, а фирмата реекспортър изпълнява по договореност посредническата роля. Положителното при реекспорта за чужда сметка се изразява в избягването на финансови и други рискове от страна на реекспортъра, характерни за реекспортната операция за собствена сметка.

Реекспортът за чужда сметка се практикува в случай, че се налага извършването на допълнителни дейности, свързани с обработката на стоката и на документите: разфасовка, етикетировка, маркировка, подмяна на транспортните документи, на сертификатите за произход на стоката и др.

По правило печалбата за реекспортъра при този вариант е по-висока, а рисковете са значително по-ограничени в сравнение с реекспортната сделка за собствена сметка. Тя възлиза на комисионното възнаграждение, обичайно за конкретните условия и се увели-

чава в резултат на допълнително осъществени услуги от страна на реекспортъора. В редица случаи сделката предварително е обработена от продавача и купувача, а впоследствие, поради възникнала необходимост (затруднения, правни разпоредби и др.), се включва посредникът.

1.4. ПРОСТА РЕЕКСПОРТНА СДЕЛКА (обикновена, еднократна)

Когато в една реекспортна сделка участват минимален брой контрагенти – по една фирма от всяка страна – продавач, реекспортър и купувач, тя се нарича проста реекспортна операция. Към факторите обуславящи предпочитанията към този вариант на реекспортната сделка могат да се отнесат: характерът и целите на реекспорта и породената от тях необходимост от вземане на бързи решения; поемането на риск; кратките срокове на подготовка и реализация на операцията; необходимостта от скриване на действителния характер на операцията от страна на реекспортъора спрямо продавача и/или купувача на стоката.

1.5. СЛОЖНА РЕЕКСПОРТНА СДЕЛКА

Когато в реекспортната операция участват един реекспортър, но повече продавачи и/или купувачи, а следователно и повече различни по вид стоки обект на реекспорт, говорим за сложна реекспортна сделка. Към факторите благоприятващи използването на този вид сделки могат да се посочат: разнообразието на стоките, обект на реекспорт и произтичащите от това по-големи възможности за маневриране на реекспортъора с цел да се увеличи печалбата, макар и при неизбежното повишаване на риска. Сложните реекспортни операции са характерни за практиката на специализираните в сферата на специфичните операции търговски и други фирми, тъй като предполагат много богата информация за пазара и неговите изненади, тясна и силно разклонена система от връзки с други фирми – партньори и конкуренти, собствена стабилна мрежа от канали за реализация и други възможности, преди всичко финансови.

1.6. МНОГОКРАТНИ (МНОГОСТРАННИ) РЕЕКСПОРТНИ СДЕЛКИ

При многократните реекспортни сделки, участвуват повече от три страни, като ролята на реекспортър се изпълнява последователно от две или повече фирми, срещу които стоят също повече продавачи и купувачи. Когато тези сделки се осъществяват в едно и също направление, те се наричат **еднопосочни** или **каскадни**, а при реализирането им в противоположни направления, носят названието **двупосочни** реекспортни операции.

Пример за еднопосочна реекспортна операция:

Фирма “X” от **страна А** закупува стока от **страна В** и я изнася в **страна С**. Купувачът – фирма “У” от **страна С** реекспортира същата стока в **страна Д**, който на свой ред осъществява реекспорт в **страна Е** и т.н. Стоката обект на реекспорт се движи каскадно (т.е. като водопад) от пазар на пазар на основата на комбинация самостоятелни външнотърговски сделки.

Пример за двупосочна реекспортна операция:

Фирма “X” от **страна А** закупува стока от **страна В** и я изнася в **страна С**. Купувачът - фирма “У” в **страна С** реекспортира същата стока в **страна Д**, който на свой ред осъществява реекспорт, но в **страна С** или в **страна А**. В този случай стоката прави обратно движение, като не е задължително – нещо повече, желателно е, на срещния купувач да бъде фирма, нямаща връзки с предшестващия продавач.

Многократните реекспортни операции са възможни и целесъобразни в периоди на рязко променяща се конюнктура, която позволява бързо и значително покачване на цените, стоящо в основата на интереса на всеки последващ реекспортър.

2. СДЕЛКИ СУИЧ И АЛЕ-РЕТУР

Според своята същност суичът⁵² (триъгълна компенсация) в по-голяма степен е финансово отколкото търговско споразумение. Целта на тези сделки е превръщането на една валута в друга на основата на разликата в степента на тяхната ценност. В класическия си вариант суичът предполага конвертиране на клирингова в свободно конвертируема валута на основата на стоков реекспорт или

⁵² Понятието суич (switch) идва от английски език и означава завивам, завъртам, превъртам и др.

чрез директно (по банков път) преотстъпване на вземания по клирингови сметки в свободна валута. С развитието на насрещната търговия с нейните многобройни разновидности се създадоха нови и разшириха действащите предпоставки и условия за суичови операции.⁵³

Между множеството от фактори, стимулиращи приложението на суичовите операции⁵⁴, особено място заемат клиринговите и бартерните споразумения. Именно те обуславят най-отчетливо функционирането на механизма на **ажито** и **дизажито**, като количествени показатели за разликата в ценността на свободната и клиринговата валута.

Размерът на ажиото, измерван с процента на премията, която се дава на свободната спрямо клиринговата валута и големината на дизажиото, измервана с процента на отстъпката, която се прави от клиринговата валута по отношение на свободната, зависят от състоянието на платежния баланс на съответната страна по клиринга, от равнището на цените в тази страна, от вида и размера на ограниченията по вноса срещу свободна валута, от величината и вида на поощренията на експорта и др. По правило либерализацията на вноса в страната, осъществяваща определена част от своя стокообмен на основата на клирингови споразумения, намалява разликата в ценността на нейната клирингова валута по отношение на свободно конвертируемата, тъй като води до намаление или ликвидиране на ажиото. Свободата на износа не играе същата роля по отношение на дизажиото, защото набраното активно салдо по клиринговите сметки в съответната страна може да се използва за покупка на стоки на местния пазар с цел реекспорт. При равни други условия една клирингова валута е толкова по-ценна, колкото по-големи са експортните възможности на страната, чиято валута се суичира или по-голям брой и разнообразен асортимент от стоки в нейната експортна номенклатура се търси и купува на международния пазар срещу свободна валута.

⁵³ Третирани в още по-широк смисъл те могат да се определят като операции по превръщане на вземания по сметки на бартерни споразумения или по насрещни операции, най-често на основата на стоков реекспорт, в свободно конвертируема валута.

⁵⁴ Тук могат да се посочат различията в ценността на валутите, колебанията във валутните курсове, различията в цените за едни и същи стоки на различните пазари, действащите ограничения в сферата на валутно-финансовите, кредитните и външноикономическите операции, неравновесието в социално-икономическото развитие на отделни страни и групи страни и др.

При суичовите операции, успоредно с печалба се целят също така:

- отслабване на напрежението в двустранните отношения при наличието на клиринг при образуването на значителни авоари от едната страна по съглашението;
- ускоряване оборота на постъпленията по клиринга или по бартерното споразумение;
- решаването на проблеми, свързани с вноса на необходими стоки, които могат да бъдат закупени ефективно единствено срещу свободно конвертируема валута и др.

2.1. ТЕХНОЛОГИЯ НА СДЕЛКАТА СУИЧ

Механизмът на сделката суич предполага принципно развитие на технологичния цикъл.

Предпоставка за осъществяване на сделка суич е наличието на клирингов начин на разплащане по стокообмена. Нека предположим, че между **страната А** и **страната В** има клирингово споразумение и набраните клирингови авоари могат да се използват единствено за покупка на стоки или услуги в съответната страна по клиринга. Също така, в резултат на по-активен износ, **страната А** е образувала активно салдо по своята клирингова сметка в **страната Б**, която няма интерес да използва за покупка на стоки на пазара на тази страна за собствени нужди по различни съображения⁵⁵. Трябва да се има предвид, че образуването на значително активно салдо по клиринга е процес, ограничен от гледна точка на неговата ефективност и за двете страни по клиринга.

Съображенията, стимулиращи операцията суич са:

- 1) **Страната А** задържа нерационално свои средства, т.е. забавя техния оборот, което се отразява на ефективността на осъществения износ.
- 2) **Страната В** се опасява, че нейното пасивно клирингово салдо ще наложи изплащането на лихви и се стреми да ограничава вноса от **страната А**. Следователно образуването на големи активни салда в полза на едната от страните по клиринга (подобна е ситуацията и при бартерно споразумение) е неблагоприятно явление, фактор, затрудняващ по-нататъшното развитие на стокообмена между **А** и **В**

⁵⁵ Напр. поради ограничена поглъщателна способност на националния пазар, нерационална стокова номенклатура на износа на страна В от позицията на интересите на страната А и др.

привеждания пример. **Страната А** може да смекчи напрежението в стокообмена с **В**, като използва сделката суич.

Страната А закупува стоки на пазара на **страната В** в рамките на клиринговото съглашение, като по този начин прави разход по своята клирингово сметка и освобождава възможността за последващ износ от **страната В**. След което **страната А** продава закупените по клиринга в **страната В** стоки на свободния пазар (**страна С**) срещу свободно конвертируема валута. По този начин тя превръща клиринговите авоари в свободно конвертируема валута. Приходите в свободно конвертируема валута са по-малки от разходите в клирингова валута поради разликата в ценността на валутите, но действителната печалба от тази операция за **страната А** следва да се оценява, като се вземат предвид: ценността на свободната валута в сравнителен план с клиринговата; стоките, които се купуват с нея (конвертируемата) разходите по операцията и др.

Фактори, обуславящи ефекта за страната А:

Ефективността на сделката суич е функция на действието на редица фактори:

- процентът на дизажиото на клиринговата валута спрямо свободната;
- различията в цените, по които те се препродават на свободния пазар;
- действащата конюнктура на международните пазари и др.

В зависимост от направлението, в което се извършват суичовите операции, се различават:

2.1.1. ПРАВ СУИЧ

Неговата основна цел е превръщането на по-малко ценна в по-ценна валута (клирингови авоари или постъпления по бартерни споразумения в конвертируема валута), на основата на реекспорт на стоки.

Технология на сделката прав суич:

Предполагаме, че между **България** и **страната Х** е установен клирингов начин на разплащане. Клиринговите сметки се водят в щатски долари.

Развитие на технологичния цикъл на операцията прав суич:

1) **Български** фирми осъществяват износ на стоки и услуги в рамките на действащия клиринг за **страната Х** и образуват авоари по клиринговата сметка на **България**.

2) На основата на действащите разпоредби за осъществяване на този тип операции в **България** дадена българска фирма изразява интерес и получава възможност да осъществи покупка на стоки в **страната X** с цел операция суич.⁵⁶

3) Българската фирма, влизаща в ролята на суичьор, закупува стоки от **страната X** в рамките на действащия клиринг, като за целта изразходва част от набрания авоар – например 200 000 клирингови долари.

4) Закупените стоки от **страната X** се изнасят на свободния пазар и продават срещу 160 000 свободни щатски долари. Разликата от 40 000 щатски долари между стойността на покупката и продажбата на стоките отрязва отстъпката, която се прави от клиринговото спрямо свободната валута в резултат на различията в тяхната ценност. В конкретния случай тази отстъпка, т.н. дизажио, е равна 20 %. Чистият доход на българската фирма – суичьор няма да бъде равна на 160 000 щатски долари поради неизбежните разходи по операцията – лихви, комисионни на банки, застраховки, разходи за транспортни и транспортно-спедиторски услуги и др.⁵⁷

Приведеният пример за операция прав суич може да бъде представен със следната схема:

Приход по клиринга

(от износ на български стоки в страната X)

Приход в свободно конвертируема валута

(срещу продажба на свободния пазар на стоките, закупени в страна X), в размер на 200 000 щатски долари

Разход по клиринга

в размер на 100 000 клирингови долари (срещу покупка на стоки в страната X)

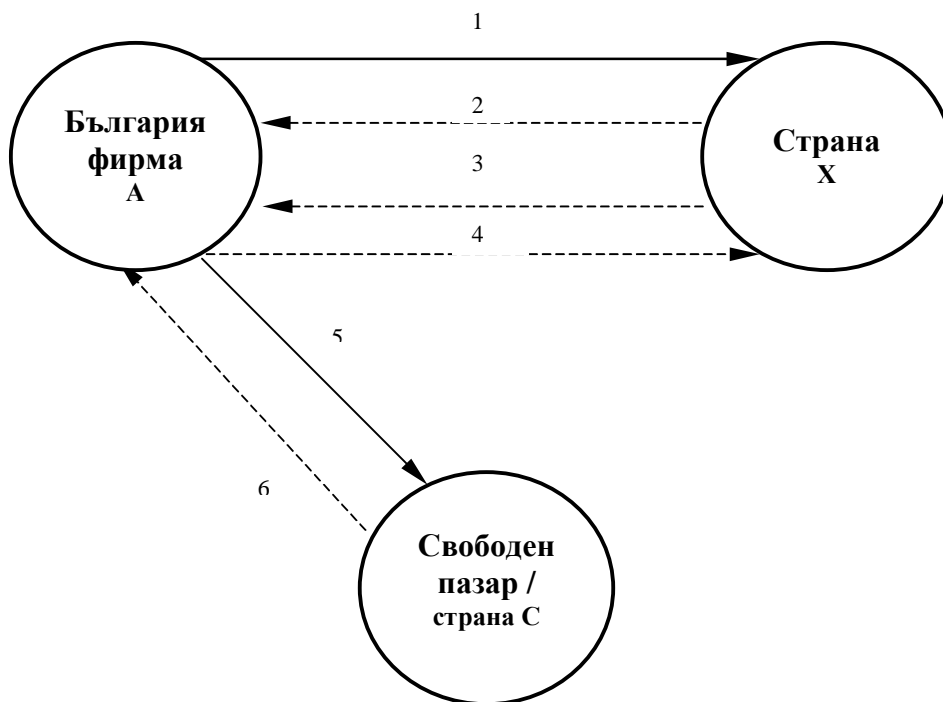
Дизажио = 20%

(200 000 – 160 000 = 40 000 щатски долари)

Операцията прав суич може да бъде проследена в динамика на фиг. 1.

⁵⁶ Например получава разрешение от БВТБ или Министерството на външноикономическите връзки в зависимост от режима, установен за специфичните операции).

⁵⁷ Най-често, при държавните клиринги, процентът на дизажиото, в рамките на който операцията може да бъде реализирана, се определя от националните банки, като за целта се предоставя подробна информация на заинтересуваните фирми.



Фиг. 1.

Предпоставка: клиринговото съглашение между България и страна X.

1. Износ на стоки по клиринга от фирма А в страна X;
2. Приход по клиринга на България (200 000 клирингови долари);
3. Покупка на стоки по клиринга (стоки “а”) от фирма А (или друга);
4. Разход по клиринга (200 000 клирингови долари, или друга сума);
5. Продажба на стока “а” в страната С (свободен пазар);
6. Приход за фирма А в свободно конвертируема валута от 160 000 долари (20% дизажио).

2.1.2. ОБРАТЕН СУИЧ

При обратния суич фирмата суичьор започва със свободната валута и приключва с клиринговата.

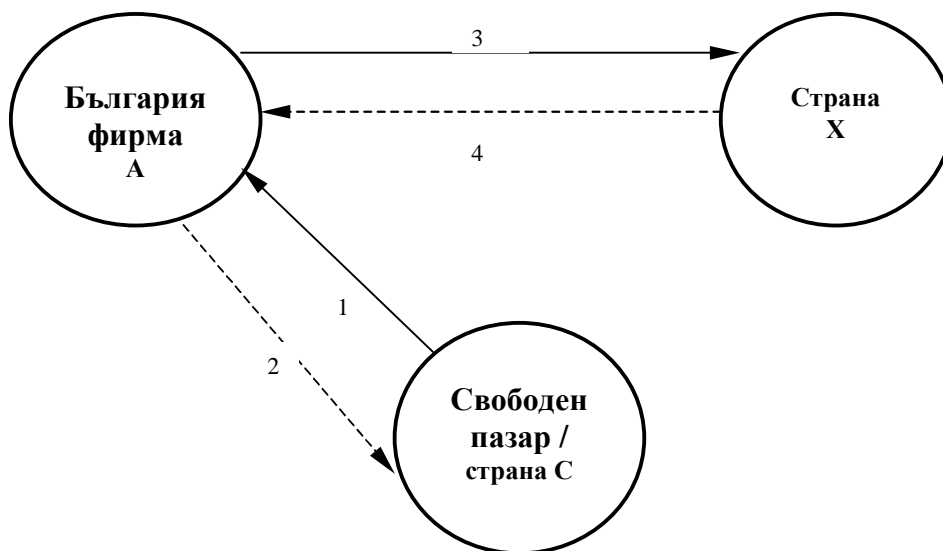
Технология на сделката обратен суич.

- 1) Българска фирма закупува от свободния пазар (страната А) машини и съоръжения на стойност 200 000 свободни щатски долари;

2) Закупените стоки се реекспортират, т.е. внасят се в страната В, стокообменът с която се осъществява на клирингов принцип.

В резултат на тази операция се набира авоар по сметката на България в размер на 270 000 клирингови долара или при процент на ажиото (премията на свободната валута спрямо клиринговата валута) в размер на 35%.

Приведеният пример за операция обратен суич може да бъде проследен на фиг. 2.



Фиг. 2.

1. Покупка на стоки от свободния пазар срещу свободно конвертируема валута (200 000 долара);
2. Плащане на покупката (200 000 свободни долари);
3. Продажба (реекспорт) на закупената стока в страната X;
4. Приходи по клиринга от 270 000 клирингови долари или при ажио 35%.

2.2. СДЕЛКА АЛЕ-РЕТУР

Понятието але-ретур (allure-retour) идва от френски език и означава “отивам и се връщам”. По своята същност операцията але-ретур е комбинация от прав и обратен суич, от където носи и своето наименование. За да изясним технологията на този тип специфична сделка ще използваме приведените по-горе пример за обратен суич,

като продължим развитието на неговия технологичен цикъл, както следва:

3) Срещу набрания от доставката на машини и съоръжения в рамките на клиринга със страна В авоар от 270 000 клирингови долари българската фирма закупува от страната В петрол, естествено в границите на клиринговото споразумение.

4) Закупеният петрол се изнася на свободния пазар – например страната С, срещу което се получават 220 000 свободни щатски долари, или 18,5 % дизажио на клиринговата спрямо свободно конвертируемата валута

Краен ефект: в резултат на двете суичови операции – обратен и прав суич, се получава печалба от 20 000 свободни щатски долари, изчислени като разлика между получения приход в свободно конвертируема валута и направения в началото на операцията обратен суич разход в свободно конвертируема валута. Безспорно тук също така трябва да се държи сметка за неизбежните разходи по операциите в двете посоки, които ще намалят посочения краен ефект от 20 000 свободни щатски долари.

Посоченият пример за комбинация на обратен и прав суич дава представа именно за сделка але-ретур. При нея без значение коя операция е начална – правият или обратен суич, от гледна точка на същността и технологията на тази операция. От позицията на интересите и целите на суичьора обаче началната операция е определяща. На основата на използвания пример сделката але-ретур може да бъде проследена като динамика на Фигура 3 и на приведената по-долу схема:

I. Обратен суич (посока але, т.е. отивам)

- 1) Покупка на машини и съоръжения от страна А на стойност 200 000 долари.
- 2) Продажба на същите машини и съоръжения в страната В и образуване на авоар по клиринговата сметка в размер на 270 000 клиринг долари

Операцията е осъществена при ажио:

$$\begin{aligned} 27000 - 200\ 000 &= 70\ 000 \text{ долари} \\ \frac{70\ 000 \times 100}{200\ 000} &= 35\% \text{ ажио} \end{aligned}$$

II. Прав суич (посока ретур, т.е. връщам се)

- 1) Покупка на петрол от страната в или разход по клиринга в размер на 270 000 кл. долари.

2) Продажба на петрол в страната С срещу свободно конвертируема валута в размер на 220 000 долари
Операцията е извършена при 18,5 % дизажио:

$$270\,000 - 220\,000 = 50\,000 \text{ долари}$$

$$\frac{50\,000 \times 100}{270\,000} = 18,5\% \text{ дизажио}$$

III. Рекапитулация

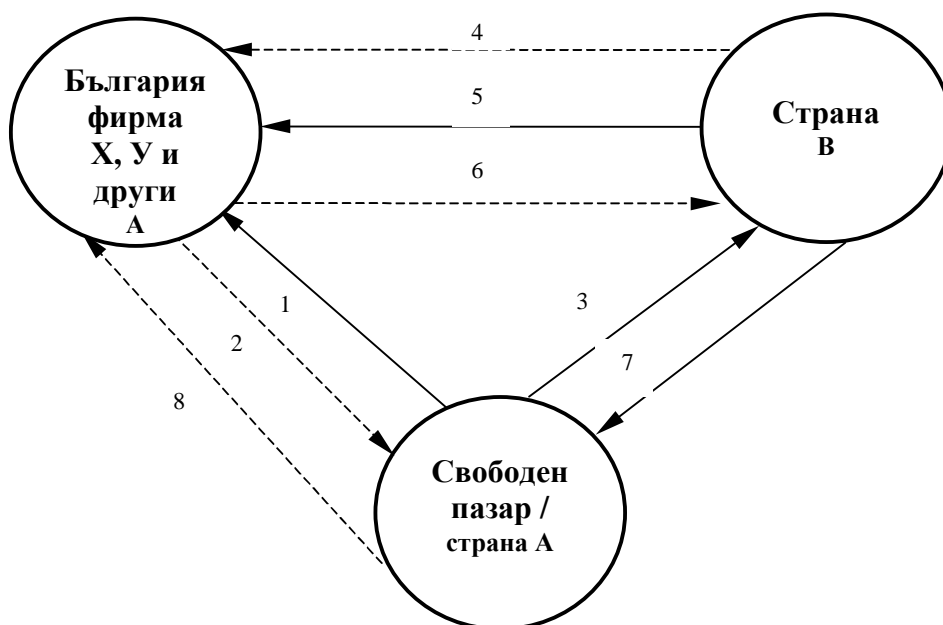
Разход на 200 000 свободни долари срещу приход от 270 000 клирингови долари;

Разход на 270 000 клирингови долари срещу приход от 220 000 свободни долари;

Краен резултат от операцията:

$$220\,000 - 200\,000 = 20\,000 \text{ свободни щатски долари}^{58};$$

СДЕЛКА АЛЕ-РЕТУР



Фиг. 3.

⁵⁸ Забележка: С цел опростяване на примера от печалбата в размер на 20 000 долари не са приспаднати разходите по операцията; освен това приемаме, че набраният от покупката на машини и съоръжения авоар по клиринга се използва изцяло за операцията прав суич, което в практиката естествено не е задължително.

Предпоставка: клиринговото съглашение между България и страна В:

1. Покупка на стока в страната А (свободен пазар) – стока “а”;
2. Плащане в свободна валута за стока “а” (200 000 долари);
3. Продажба (реекспорт) на стока “а” в страната В по клиринга;
4. Приход по клиринга за България от 270 000 клирингови долари;
5. Покупка на стока “в” от страната В по клиринга;
6. Разход по клиринга за България от 270 000 клирингови долари;
7. Продажба на стока “в” на пазара на страната А (или друг свободен пазар) срещу свободно конвертируема валута;
8. Приход за продажбата на стока “в” в свободно конвертируема валута от 220 000 свободни долари (18,5% дизажно).

2.3. ПСЕВДОСУИЧ

Псевдосуич (мним суич) се нарича операцията по прехвърляне на една клирингова в друга клирингова валута на основата на разликата в тяхната ценност, която разлика се измерва с процентите на дизажиото на едната и другата спрямо свободната валута. Псевдосуичът намира много по-рядко практическо приложение в сравнение с правия и обратния суич. Въпреки това има редица ситуации, при които фирми или държавни организации, в т.ч. и банки, имат изявени интереси за осъществяване на подобни операции – осигуряване на необходими доставки на стоки без изразходване на свободно конвертируема валута, освобождаване на клиринговата сметка от прекомерно активно салдо и др.

Според формите и методите на провеждане на суичовите операции и характеристиката на самия суичьор се различават:

- стоков суич и але-ретур;
- банков (бланков) суич и але-ретур;
- финансов суич и але-ретур.

2.4. СТОКОВ СУИЧ И АЛЕ-РЕТУР

В основата на тези операции стои реекспорта на стока (стоки).

2.5. БАНКОВ (БЛАНКОВ) СУИЧ И АЛЕ-РЕТУР

При банковия (бланковия или още валутен) суич и але-ретур суичьорът е банков институт, който отстъпва на друг банков институт авоари по собствена клирингова сметка срещу заплащане в свободна валута при съответен процент дизажио. Така получената клирингова валута може да се използва за покупка на стоки в страната по клиринга от фирми или държавни организации, или за покриване на други разходи в случай на съществуваща реална възможност и необходимост за целта.

2.6. ФИНАНСОВ СУИЧ И АЛЕ-РЕТУР

Финансовият суич и але-ретур е подобен на банковия с разликата, че при финансовия е постигната предварителна договореност между фирми от насрещните страни относно стоките, които ще бъдат закупени срещу придобита свободна валута, за да не се затрудни редовният стокообмен на страната, която отстъпва клиринговата валута, със страната по клиринга.

По-горе посочените разновидности на операциите суич и але-ретур могат да бъдат разделени на явни (открити) или тайни (закрити), а що се отнася до сделката але-ретур – на затворена или отворена.

2.7. ЯВЕН СУИЧ И АЛЕ-РЕТУР

Като такава се определя всяка операция, която се осъществява със знанието и съгласието (изрично или мълчаливо) на властите в страната-дебитор по клиринга.

2.8. ТАЕН СУИЧ И АЛЕ-РЕТУР

Когато действителният характер на операцията в качеството и на суич или але-ретур се прикрива от властите в страната-дебитор по клиринга от позицията на суичьора, налице е таен (още закрит, дискретен, камуфлиран) суич или але-ретур. Много често операцията носи дискретен характер и за насрещната страна – купувачът на реекспортираната стока, закупена с клирингово валута, не е запознат с произхода на стоката и характеристиката на продавача (т.е. ка-

чеството му на суичьор). Причините за приложението на тайни (закрити, дискретни или камуфлирани) операции суич и але-ретур могат да бъдат многобройни и различни най-често те са свързани със забрани за експорт съгласно клаузите на клиринговите или бартерни споразумения или в действащите разпоредби за външно-икономическа дейност в страните по клиринга, респ. бартера. Подобна роля могат да играят и редица правни разпоредби, свързани с функционирането на национални или наднационални (например в общности, съюзи, митнически зони и др.) системи за регулиране на външноикономическата дейност в страните, в които се осъществява внос на реекспортираните стоки.

Прикриването на действителния характер на суичовите операции или сделките але-ретур по правило предполага участието на посредници, транспортни и транспортно-спедиторски фирми, които осъществяват необходимите операции по промяна на опаковката, етикетировката и маркировката на реекспортираните стоки, в редица случаи и на самата разфасовка, както и по правило задължителните изменения в транспортната и стокова документация на стоката. Всички тези действия се осъществяват най-ефективно, бързо и безпрепятствено на територията на свободните зони и пристанища по пътя на движението на стоките, обект на реекспорт.

2.9. ЗАТВОРЕНИ И ОТВОРЕНИ СДЕЛКИ АЛЕ-РЕТУР

Когато началото и краят на операцията але-ретур са в една и съща страна, то тя се нарича затворена. Затворената сделка але-ретур предполага следното развитие:

Вариант 1. Фирмата от страната А закупува стоки по клиринга в страната В и срещу определено дизажио на клиринговата валута ги продава в страната С срещу свободна валута. С получената сума (или част от нея) закупува стоки в страната С (или друга страна) които реализира по клиринга на пазара на страната В, с което кръгът се затваря. В този случай целта на операцията е да се увеличи авоарът в клирингова валута в страната В чрез стоков але-ретур.

Вариант 2. Втори вариант на затворена сделка але-ретур може да бъде построен на обратното съчетание на правия и обратен суич в рамките на комбинацията: фирма от страната А закупува стоки срещу свободно конвертируема валута на пазара на страната В, които реекспортира в страната С, отношенията с която са построени на принципа на клиринга. С придобитата клирингова валута (или част от нея, или с още по-голяма сума в резултат на предшествува-

щи подобни и други операции) фирмата А закупува стоки на пазара на страната по клиринга – страната С, които отново изнася, но срещу свободно конвертируема валута на пазара на страната В. Кръгът отново се затваря, но този път за целите на приход в свободно конвертируема валута, което се постига с начална операция обратен суич и заключителна – прав суич.

За отворена (открита) сделка але-ретур говорим, когато заключителната операция (от по-горе споменатата технология) се реализира не в страната, от която се тръгва, а в различна от нея страна.

Специфичните операции са традиционни форми на външно-икономическа дейност, свързани с необходимостта от преодоляване на трайни и текущи проблеми, трудности и конфликти в развитието на международните икономически отношения в двустранен и в многостранен план. В основата на възникването и приложението на реекспорта, сделките суич и але-ретур ключово място заемат същите фактори, които обуславят възприемането на клиринга или компенсационния принцип на разплащане в международната търговия:

- неустойчивост, проблеми и трудности във функционирането на валутно-финансовите системи на отделни или групи страни, което е резултат в колебания на валутните курсове, неконвертируемост на валутите, пасиви на платежните и търговски баланси, високи външни дългове и т.н.;
- неблагоприятното развитие на производството, потребителското търсене и като цяло на пазара, изразяващо се в структурен или още по-сериозен дефицит на търсени стоки, ниски темпове на икономически растеж, специфични мерки за ограничаване на вноса и стимулиране на износа и др.;
- различия в цените на едни и същи стоки на отделните пазари;
- диференцирано третиране на контрагентите от различните страни, в резултат на приложението на национални мероприятия по ограничаване на вноса в дадена страна или на международна договореност в рамките на затворени икономически, митнически и други общности, съюзи и др.;
- системите на прилаганите отстъпки (рабати) по отношение на традиционни клиенти.

Ефективността на специфичните операции зависи и от факторите:

- реално текущо състояние на пазарната конюнктура и тенденции-те в нейното развитие;
- отлично познаване на механизма на подготовка, сключване и реализация на тези операции, вярната и навременна преценка на

- многобройните рискове, които ги придружават (обичайно по-високи в сравнение с обичайните сделки за покупко-продажба);
- способността за бърза и адекватна реакция на промените в пазарната конюнктура;
 - постигането на синхрон между процесите на обработка на сделките на различните етапи, за да се осъществи най-добрата комбинация от последователни покупки и продажби на стоките;
 - работата с различни фирми в една и съща страна с цел създаване условия за постигане на по-висока печалба;
 - детайлното и прецизно изработване още на предварителния етап на валутно-финансовата сметка.

3. СДЕЛКА ЗА ПРЕРАБОТКА НА ЧУЖДИ РЕСУРСИ (ПРЕРАБОТВАТЕЛНИ ОПЕРАЦИИ)

Преработвателните операции (наричани още сделки на ишлеме) предполагат доставката на ресурси - суровини, материали полу-готови продукти, технология, модели, образци опит и знания и др., с цел преработката им в готова продукция в страната на вносителя и последващ износ на получената продукция за доставчика на ресурсите. В редица случаи доставчикът на ресурсите осигурява и производствени мощности за целите на преработката (машини и съоръжения, инструменти и др.). Ефектът на преработвателната операция от позицията на вносителя на ресурсите се търси в изгодна продажба на вложения национален труд, запълването на свободни производствени възможности, придобиване на опит и знания, придобиване на технология и др. в процеса на усвояване на даденото производство, установяване на трайни делови контакти с надеждни партньори, снабдяване на собствения пазар (ако това е договорено) с определени стоки с цел разнообразяване на асортимента или покриване на стоков дефицит и др.

От позицията на доставчика на ресурсите се цели решаването на конкретни задачи по разширяване на производството под влияние на действието на конюнктурни фактори, спестяването на средства чрез използване на благоприятни условия за производство – заплащане на труда, по-ниски разходи за енергия и гориво, благоприятни разпоредби за амортизационни отчисления, данъци и др., както и установяване и укрепване на делови връзки с траен характер с привлекателни контрагенти и пазари в перспективен план.

През последните години преработвателните операции често се комбинират с други форми на външноикономическа дейност, ка-

то по този начин се цели увеличаване на планирания ефект на основата за трайно взаимодействие между партньорите. Така например една от възможните комбинации е с лизингова операция или отдаване под наем от страна на доставчика на ресурсите на машини и съоръжения за целите на преработката на тези ресурси, като вноските по наема се заплащат с произведена продукция или по друг начин. Най-често с изтичането на определен срок оборудването остава собственост на преработвателната организация (или фирма). Особено значение в последните години придобива осъществявания под различни форми технологичен трансфер, интегриран в схемата на преработвателната операция – съчетание с лицензионно съглашение, друг тип договореност, управленски контракти и т.н.

В специфичното съдържание на договора за преработка особено място заемат клаузите за методите и формите на заплащане на вложения национален труд, за сроковете и ритмичността на доставка на готовата продукция, за доказване на стриктното изпълнение на клаузите за качествената характеристика на продукцията, за спазени условия на производствена технология и др.

Заплащането на вложения национален труд може да се осъществи в различни варианти:

- **заплащане в свободно конвертируема валута** при конкретна договореност относно нейния вид, срокове и начини на заплащане;

- **заплащане на принципа на бартера:**

а) с част от внесените суровини, материали, технология, модели, оборудване и др.;

б) с част от произведената съгласно договора готова (или полуготова) продукция. Например производството на конфекция (мъжки ризи, дамски блузи, поли, рокли и др. на основата на внос на тъканите, конците, копчетата, хастарите моделите и образците, внесени от Германия с цел преработката им в български предприятия) с договореност част от тази продукция да се реализира на българския пазар като заплащане за осъществената преработка;

в) комбинация от посочените по-горе варианти;

г) заплащане с друга, търсена от преработващата организация или фирма продукция;

- **заплащане на принципа на насрещна операция**, т.е. в определено съотношение със стока и пари. Що се отнася до стоката, прилагат се по договореност някои от посочените по-горе варианти, а останалата част в свободно конвертируема валута.

Както вече беше посочено проблемът за заплащането се усложнява, когато се интегрират други форми на международен пласмент.

ГЛАВА ПЕТА

АУКЦИОННИ ОПЕРАЦИИ

Аукционите представляват консолидирани пазарни институции със задължителни за участващите страни правила. Тези правила се формулират предварително от организаторите (собствениците) на аукционите. С тях се описват процедурите по осъществяване на аукционната търговия, правата и задълженията на продавачите, купувачите, както и възможностите за тяхното санкциониране при нарушаване на правилата.

1. ОБЕКТИ НА АУКЦИОННА ТЪРГОВИЯ

Като метод на търгуване Аукционите са установени още преди столетия. Първите аукциони се свързват с развитието и разцвета на италианските градове – държави: Генуа, Венеция, Флоренция и др. през XII век, откъдето по-късно се пренасят в други европейски градове, а в последствие и в други континенти.

Първоначални обекти на аукционна търговия са били подправки, пресни плодове и зеленчуци, цветя, прясна риба и др. В днешно време на международните аукциони се търгуват **стоки с индивидуални качествени характеристики**, които могат да се групират по следния начин⁵⁹:

Първа група. *Продукти със специфични характеристики, придобити като естествен резултат от техния произход:*

- **дивечови кожи и кожи от дребен рогат добитък**, тюленови кожи и др. Международни аукциони, на които се търгуват кожи има в Санкт-Петербург, Лондон, Ню Йорк, Монреал, Копенхаген, Лайпциг, Осло, Стокхолм и др.;

- **чай**, непосредствено прибран от плантациите и сортиран по произход, качество и вид. Основните аукциони за търговия с чай са концентрирани предимно в страните производителки (Калкута, Коломбо, Кочин, Лондон и Амстердам);

- **ориенталски тютюн на листа**, продаван на аукционите в Амстердам, Ню Йорк, Лусака и др.;

- **непрана вълна** (в Лондон, Ливърпул, Сидней, Кейптаун, Мелбърн и др.);

⁵⁹ По-подробно вж.: Каракашева, Л. Търг. Подготовка, участие и документи. Варна, Princesps, 1995, с. 19 –21.

- **необработен дървен материал**, с основни аукциони в скандинавските страни;

- **расови коне**, предлагани на международните аукциони в Москва, Милано, Будапеща, Лондон, Довил и др.;

- **подправки, цветя**. Основните центрове на търговия с тези продукти се намират в Амстердам и Лондон.

Втора група. *Произведения на изкуството и антиквариат*: картини, ръкописи, книги, гоблени, мебели ръчна изработка, музикални инструменти, марки и др. Най-известните аукциони за тези изделия са Сотби и Кристи.

Трета група. *Произведения на художествените занаяти* – керамика, порцелан, дърворезба, бродерия ръчно производство, килими ръчна изработка и др. Тези продукти се предлагат на редица аукциони в Англия, Германия, САЩ, Русия и др.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ АУКЦИОНИ

Съвременните аукциони са стабилни крупни организации, изградени като акционерни дружества, дружества с ограничена отговорност или друг правен статут. Организатори на аукционите са:

- **производствени предприятия**. Те използват аукциона като канал за реализация на произвежданата от тях продукция, както и като източник на допълнителни печалби, чрез привличане на други производители на посредническа основа.
- **специализирани посреднически компании** (напр. Сотби и Кристи), които организират аукционите в качеството на търговци по препродажба. Аукциони собственост на посреднически компании има в страните производителки на чай, тютюн, вълна и др. (Индия, Австралия, Нова Зеландия и др.). Съществуването на специализираните посреднически компании се обяснява както със спецификата на изделията, които се търгуват, така и с необходимостта от сериозни финансови ресурси.
- **държавни фирми и организации**. Аукциони, собственост на държавни фирми има в скандинавските страни (на тях се търгува необработен дървен материал) и в страните от Източна Европа, предимно в Русия, Полша, Унгария (специализирани в търговията с живи коне, дивечови кожи, килими ръчна изработка и др.).

3. ВИДОВЕ АУКЦИОНИ

Особеностите на аукционите позволяват те да бъдат класифицирани по определени критерии.

Критерий първи. *Периодичност на провеждане на аукционните търгове.*

Аукционът може да се определи в по-голяма част от случаите като **периодично действащо тържище**.⁶⁰ Някои международни аукциони (напр. Санкт-Петербургския аукцион за дивечови кожи) се отличават с трайно установени по отношение на периодичността и времето на провеждане аукционни търгове (пролетен и есенен или пролетно-есенен и зимен). При други организаторите определят времето и мястото на провеждане на търговете, като информират за това потенциалните участници.⁶¹ Характерното за тях е, че аукционните търгове са повече на брой и обичайно не се провеждат на равни интервали от време през годината (**нерегулярни аукциони**).

Критерий втори *Принадлежност на купувачите и техните цели.* Според него можем условно да разграничим: **национални и международни аукциони**. Международни са тези, на които купувачи са главно чужди фирми и/или техни представители, или местни фирми, които имат за цел последващ износ закупените стоки.

Критерий трети. *Технология на формиране на цената.* От гледна точка технологията на формиране на цената аукционите могат да бъдат отнесени към групата на **аукционите с повишаване на цената** или на **аукционите с понижаване на цената**. При вторите изходната ценова база е максимумът на ценовото равнище, от което в низходящ ред започва състезанието между купувачите. В практиката аукционите с повишаване на цената са познати под наименованието **английски аукцион (The English Auction)**. За него е характерно, че потенциалните купувачи бидират за стока или услуга, в посока увеличаване на цената, докато остане само един активен бидираш (наддаващ). Използва се предимно при продажба на скъпи произведения на изкуството. Аукционите с намаляване на цената, наричани често **холандски аукцион (The Dutch Auction)** са характерни за бързо разваляеми стоки – цветя, пресни плодове, и др. При тях акционистът намалява цената до такава, при която някой купу-

⁶⁰ Макар и много рядко аукционите могат да имат епизодичен характер.

⁶¹ С навлизането на съвременните компютърни технологии от аукционите публикуват собствени уеб страници. На тях се публикува пълната информация относно историята на аукциона, обектите на търговия, правилата на провеждане на аукционните търгове, времето и мястото на провеждане на търговете и др.

вач се съгласи да плати. Често цените се посочват на часовник, който се движи върху ценова скала докато купувачът натисне бутон, с който спира часовника. Първият купувач, който натисне бутона придобива единицата (стока) на цената, посочена в момента на спиране на часовника.

По-голямо приложение в международната практика заемат аукционите с повишаване на цената.

Критерий четвърти. Начин на наддаване. В зависимост от начина, по който се осъществява самото наддаване се различават **аукциони с явно (открито) наддаване и аукциони с тайно наддаване**. Аукционите с тайно наддаване предполагат мълчаливо изразяване на желанието на участващите купувачи за спечелване на дадена партия. Това⁶² става с помощта на условни знаци (мимика, вдигане на ръка или молив и т.н.) или в писмен вид⁶³. При използването на условни знаци по правило се наддава с установения минимален бид, а във втория случай се предлага максимална цена, до която на дадения етап от развитието на аукционния търг купувачът е съгласен да сключи сделка за покупка.

Критерий пети. *Право на участие*. Според този критерий се разграничават:

Публичен или отворен аукцион (Public Auction or Open Auction). Аукцион в който може всеки да участва. Аукционистът предлага артикули за които да се наддава. Всички артикули са продадени на предложилия най-висока цена. Вариант на такъв аукцион е ограниченият аукцион (Reserve Auctions). На него се предлагат стоки с определена минимална цена. Ако в процеса на наддаване тя не се достигне, стоката не е продадена. В случай, че собственика на стоката присъства на аукциона, аукционистът го пита дали ще приеме по ниската цена, която е предложена. Собственикът може да приеме или не биде.

Частен аукцион (Private Auction). Функционира както отворения, но участниците в него трябва да са поканени от акциониста или неговият работодател.

Абсолютен аукцион (Absolute Auction). При него няма предварително определена цена. Аукционистът трябва да приеме всички бидове. В случай, че само един купувач предложи цена (бид) един долар, аукционистът е длъжен да продаде предложената стока на предложилия цената.

⁶² Цит. съч. Каракашева, Л. Външнотърговски операции, ИК ЮРАПЕЛ, 1995, с. 159.

⁶³ Такива са т. нар. Sealed Bid Auction и Spot Bid Auction.

4. ТЕХНОЛОГИЯ НА РЕАЛИЗИРАНЕ НА КЛАСИЧЕСКИТЕ АУКЦИОННИ ОПЕРАЦИИ

Технологията за провеждане на аукционите за различни стоки има свои специфични особености, които се определят преди всичко от техните характеристики. Като цяло обаче могат да се разграничат следните основни фази на реализиране на аукционните операции⁶⁴:

- ✓ подготовка на аукциона;
- ✓ преглеждане на стоките от потенциалните купувачи;
- ✓ провеждане на аукционния търг;
- ✓ оформяне на сключените аукционни операции и тяхното изпълнение.

Началната фаза или **подготовката на аукциона** включва няколко действия:

Първо. Изпращане на съобщения (покани) да потенциални продавачи. Такива покани се изпращат до производители, търговци и др., с които се поддържат дългогодишни делови контакти. Независимо от това, не е изключена възможността на даден международен аукцион своя продукция да предложат и нови, нямащи опит до момента фирми, но проявили инициативност.

Второ. Транспортиране на стоките до складовете на аукциона, тяхното преглеждане и приемане от организаторите на аукциона. Конкретното преглеждане на доставените стоки се извършва от специализирани брокери или специално сформирани за целта комисиони. Те **сортират**⁶⁵ стоките в сравнително еднородни по качество партиди, наречени лотове. Възможни са следните варианти:

Вариант 1. Лотове със стоки принадлежащи само на един доставчик, което изрично се посочва в съдържанието на маркировката.

Вариант 2. Лотове със стоки принадлежащи на различни доставчици, но отличаващи се с максимално възможната еднородност на качествената характеристика – цвят и дължина на косъма на кожите, принадлежащи задължително на едно и също животно и др.

⁶⁴ По-подробно вж. Каракашева. Външнотърговски операции, ИК ЮРА-ПЕЛ, 1995, с. 153 – 161; Фомичев, В. Международная торговля. Москва, Инфра-М, 2000, с. 92-97.

⁶⁵ Сортирането на стоките в лотове предполага спазването на изискванията, посочени в правилата за дейност на аукциона: отношение на минималните и максимални размери на лотовете, стандартните размери на отделна опаковъчна единица или нейното минимално (в редки случаи егализирано) тегло.

Вариант 3. Лотове със стоки собственост на един или повече доставчици, но отличаващи се със сравнително не еднородна качествена характеристика. Тези сборни партии не предполагат най-добри постижения на цените при акционния търг.

Вариант 4. Лотове със стоки, принадлежащи на един или повече доставчици от определена чужда държава. Това предполага в маркировката на съответните партии да се обозначи името (имената) на конкретните доставчици и на страната на произхода.

Трето. Подбиране на образци (средни мостри). Тези мостри носят номерата на съответните партии, които представляват. Те се поддръждат в специални изложбени зали, изградени и поддържани на територията на аукционите, където могат да бъдат разгледани от потенциалните купувачи. Партидите на стоките се поддръждат в складовете на аукциона по начин, който позволява безпрепятственото и удобното да бъдат прегледани при изявено желание от страна на купувачите.

Четвърто. Изработване на каталог от аукциона. Каталогът е основният работен документ на съответния аукцион. Каталогите на всички аукциони се изработват сравнително еднотипно. Те съдържат цветни илюстрации на предлаганите продукти и текст, с който се описва дадената единица или лот. От ляво и от дясно на текста има бяло поле за нанасяне на бележки от страна на купувачите по време на преглеждането на стоките. В края на каталога са изяснени и конкурентните условия за участие в аукциона (редът и начините на постъпване на стоките, възможностите по време, място и начин за тяхното преглеждане, условията и формалностите за осъществяване на самия акционен търг и участието в него, условията и начините за оформяне на договорите и техните отделни клаузи и др.).

Пето. Организиране и провеждане на рекламна и информационна кампания. За целта се използва специализираната преса, телевизията, радиото, персоналните контакти с постоянните клиенти и др. На редовните купувачи най-често се изпраща каталога на аукциона и друга допълнителна информация под формата на проспекти⁶⁶.

На втората фаза се дава възможност на всички интересуващи се купувачи, сами или със съдействието на експерти, да прегледат подредените в изложбените зали образци, а при желание на цялата стока, съхраняваща се в складовете на аукциона. Преглеждането се осъществява в рамките на определен от организаторите на

⁶⁶ В днешно време каталозите на редица аукциони могат да се поръчат по електронен път и да се получат в електронен вид.

търга период. Този период по традиция обхваща около една до две седмици в зависимост от естеството на стоките и установената практика.

Правото на купувачите да прегледат стоките преди провеждането на аукционния търг има изключително важно значение, тъй като ги лишава в последствие от възможността да предявят рекламации по отношение качеството на закупените и получени партиди. Такава рекламация може да се направи само в случай, че се докаже наличието на скрити дефекти, които не е било възможно да бъдат открити в процеса на преглеждане, изпитване, дегустиране и пр. на стоката.

Провеждането на аукционния търг заема ключово място. Търгът се осъществява посредством механизма на наддаване (бидиране) на отделните купувачи. Независимо, че винаги се борави с понятието наддаване (още бидиране от “bid” или размера на определената минимална надбавка) трябва да подчертаем, че съществуват (както вече споменахме) и **аукциони с намаляване на цената**.

Аукционният търг се провежда в специално оборудвана за целта зала и в предварително определени от организаторите дни и часове. Главната фигура в него е аукционистът – агент по продажбите на стоките на даден аукцион.⁶⁷ При явните аукциони търгът започва с обявяване номера на първата партида, изходната цена и размера на бида. Всяка следваща партида следва възходящия ред на номерата, под които са подредени партидите в складовете на аукциона. На повечето аукциони е възможно наддаването със суми, по-големи от минималната еднократна надбавка при условие, че са кратни (делими) на тази надбавка (бид). Обичайно надбавката възлиза на 0,01 – 0,025 % от първоначалната цена.

Съвременните информационни технологии позволяват бидирането да се осъществява и по Интернет. Това означава, че участници в търговете могат да бъдат както присъстващи в залата на аукциона, така и лица, които физически не присъстват на подиума. При такова смесено наддаване, аукционистът взема предвид бидовете, получени и по Интернет, наред с тези от залата (Вж. фиг. 1).

⁶⁷ Когато търговете продължават няколко дена аукционистите могат да се сменят през няколко часа.



Фиг. 1. Технология на електронното бидиране⁶⁸.

В процеса на наддаването, ако след трикратно напомняне от страна на аукциониста никой от присъстващите купувачи не повиши цената, дадената партида от стоки се възлага на този от тях, който е предложил най-висока цена. Това се оповестява със звуков сигнал (удар на гонг, чук) и на светлинното табло. Аукционистът незабавно подписва документ, наречен меморандум (или нота), на основата на който по-късно се оформя договора за покупко-продажба. В случай, че предложената цена е неудовлетворителна за продавачите, аукционистът има правото да снесе от продажба съответната партида. Възможно е същата партида да бъде предложена в един от следващите дни на аукционния търг, на друг близък аукцион или продаден извън аукциона. В такъв случай не следва удар на гонг, което само по себе си вече потвърждава отказа да бъде сключена сделка. На някои аукциони обаче (главно в САЩ) винаги следва звуков сигнал, независимо от това дали се възлага или не партидата на определен купувач. Този въпрос се изяснява след приключване на аукционния търг. С цел избягване на възможни недоразумения на редица аукциони аукционистът обявява името на купувача, на

⁶⁸ Виж: www.networkintl.com.

който се възлага партидата, веднага след удара на гонга и непосредствено преди подписването на меморандума.

Аукционистът има правото:

- да откаже приемането на бида на който и да било от купувачите без да мотивира отказа си;
- в случай на едновременно бидиране с една и съща сума от страна на двама и повече купувачи да определи кой е направил това първи и на кого от тях да се възложи партидата, ако това е последното наддаване.⁶⁹
- да предявява искове към лицата, закупили стоки от аукциона, с цел да гарантира своите интереси (възнаграждение), както и правото на залог върху продаваното имущество.

В определен срок преди отриването на аукционния търг купувачите правят депозитна вноска в качеството на гаранция за добросъвестно участие в аукционния търг. Характеристиката на аукциониста като посредник има една специфична особеност. По правило той е представител на продавачите, но с подписването на меморандума за възлагане на всяка продадена партида, по същество той се явява посредник и на купувачите. Аукционистът получава своето възнаграждение от организаторите на аукциона.

Съгласно правилата на някои аукциони на купувачите се предоставя възможността да поискат анулиране на сделката, ако са направили погрешен бид. Дори когато това право изрично не е формулирано в условията за участие в даден аукцион, практиката най-често допуска подобен ход от страна на купувачите.

Оформянето и подписването на договора за покупко-продажба се осъществява на основата на меморандума, подписан от аукциониста и получен в хода на аукционния търг от съответния купувач. Аукционните сделки се оформят на основата на **типови (стандартни) договори**, които могат при взаимно съгласие да бъдат изменени. Особеност на договорите за покупко-продажба на аукционите е отсъствието на клаузата за качеството, защото тези сделки почиват на **принципа прегледано-одобрено**. При различните аукционни типове договори показват значителни различия в основните клаузи, като в общи линии стандартно се третира следните от тях:

⁶⁹ Засегнатите купувачи могат да обявят несъгласие с аукциониста. В такъв случай спора се отнася за разрешаване до участниците в аукциона и като крайна мярка – разглеждането му от председателя на дадения аукцион (на асоциацията собственик и организатор на аукциона).

Условието за франкировка. Обичайна практика е стоката да се доставя при условие франко склад на дадения аукцион или франко граница на продавача (т.е. страната, където е разположен аукционът), а в някои случаи при условие FOB (ФОБ) пристанище на продавача..

Преминаване на собствеността върху стоката от продавача върху купувача, както и на **риска от повреждане или погиване на стоката.** Собствеността и рискът преминават още с удара на гонга или след изпълнението на задълженията от страна на купувача или в резултат на договореност в процеса на оформянето на договора.

Например практиката на Кочинския аукцион за чай е рискът от повреждане на закупените партии чай да остава върху продавача до 16.30 ч. на следващия ден т.н. “промпт дейт” (prompt date) или до момента на фактическата доставка, ако тя предхожда. За период след 16.30 ч. до момента на доставката – отговорността за липси и повреди вследствие на пожар, умишлено повреждане и др. носи складовата организация.

Според правилата на някои аукциони (напр. южноавстралийските аукциони) брокерът не е отговорен за липсите или повредите на стоката в периода, когато тя се намира в склад на отговорно пазене на брокера. Изключение правят случаите, при които се доказва умисъл или небрежност от негова страна. Брокерът застрахова от свое име стоката срещу повреда вследствие на пожар за периода от удара на гонга до пълното заплащане на стоката. На други аукциони е възприета практиката на т.н. ограничена отговорност (например на Стокхолмския и Копенхагенския аукцион). Фирмата застрахова за своя сметка стоката срещу пожар, кражба и отговаря за сумите, получени от застрахователната компания. В случай на необходимост брокерът осигурява получаването на застрахователната сума и извършва заплащането на купувача, при отчитане на разходите си и заложното право на продавача.

Заплащане на стоката. Аукционните сделки предполагат стоката да бъде платена в твърде кратки срокове след приключването на търга. Това се обяснява с наличието на стоката, приложението на принципа “прегледано-одобрено”, естеството на самите стоки и т.н. Най-често купувачът се задължава да плати стоката в пълната ѝ стойност не по-късно от установения краен срок – “промпт дейт”.

На редица аукциони се допуска заплащането на стоката да се извършва на части, като това задължително фигурира в правилата на аукциона и се обявява от аукциониста по време на самия търг. В

качеството на първа вноска може да се приеме дори внесеният депозит или конкретна фиксирана глобална сума. Останалата част от стойността на стоката се заплаща на определени части съгласно постигнатата договореност. Общата стойност на сделката включва всички мита и сборове при износа на стоките, разходите, свързани с участието на дадения купувач на аукциона, комисионното възнаграждение на брокера и др. Тези разходи се определят като процент върху стойността на стоката или като глобална сума за продадено количество стока.

Срокът за експедиране на стоката от склада на аукциона зависи от вида на стоката. Например за цветя, плодове, риба и други бързоразвалящи се продукти стоките се транспортират непосредствено след оформянето на договора, докато други - след 2 –3 седмици, в зависимост от условията на аукционната търговия.⁷⁰

Предаване на стоката на трети лица. Подобна възможност се допуска при предварително договорени и изпълнени конкретни условия: писмено изразено желание и съгласие на купувача, адресирано до продавача в рамките на определен срок; писмено съгласие на аукциониста; писмено съгласие на въпросното трето лице, което ще получи стоката; писмено потвърждение на третото лице, че ще съблюдава всички установени на дадения аукцион условия за продажба и други, ако има такива, приети от първия купувач. В резултат третото лице придобива всички права и задължения на купувача по дадената партида.

5. ЕЛЕКТРОННИ АУКЦИОНИ

Развитието на съвременните информационни технологии не отмина и аукционната търговия. В днешно време виртуалното пространство се използва както за рекламиране, така и за провеждане на аукционни търгове. Технологиите на тези търгове по принцип не се различава съществено от тази на класическите аукционни търгове. По съществените различия идват от факта, че купувачите физически не присъстват на мястото, където е разположена стоката, както и от особеностите на оформяне на самите сделки.

Електронните аукциони са сравнително нова форма на провеждане на аукционната търговия. Първите датират от началото на 90-те години, но функционират само на локална основа. Аукцио-

⁷⁰ Цит. съч. Грачев, Ю. Внешнеэкономическая деятельность. Москва, ПИК Винити, 2001, с. 232.

ните в Интернет са аналогични на класическите, с изключение на факта, че се провеждат компютърно.⁷¹ Специализираните сайтове действат като брокери, предлагайки услугата на продавачите да изпратят стоката си за продажба и позволяват на купувачите да наддават за отделните стоки. Повечето аукциони започват с начален бид, който е най-ниската цена, която продавачът е съгласен да приеме. Подробна информация за всеки артикул е достъпна он-лайн. За артикули с висока стойност, може да се получи допълнителна информация по интернет. Купувачите прочитат описанието и започват да наддават като изпращат е-майл или попълват електронна форма. Бидовете, които са направени се публикуват на страницата и могат да останат там за няколко дена, като непрекъснато се обновява информацията и се посочва най-високия до момента бид. Имената на наддаващите се кодират и не стават публично достояние. Много от аукционите се провеждат в реално време.

Технологията на провеждане на електронния аукцион включва следните фази:

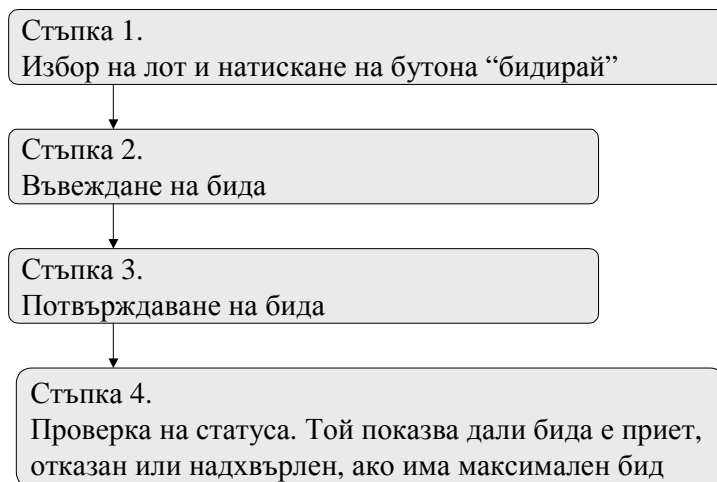
- ✓ **Получаване на брошури**, съдържащи информация и снимки на стоката, посредством е-майл или он-лайн разглеждане.
- ✓ **Преглеждане на лотовете две седмици преди е-аукциона**. Купувачите могат да получат списък на стоките чрез намиране на е-аукциона от който са заинтересувани на страницата или чрез търсене по ключови думи.
- **Наддаване за лотовете**. За лотовете може да се наддава няколко дена преди определеното време за затваряне (приключване). Самото наддаване преминава през няколко стъпки (Вж. фиг. 2).
- **Изпращане на бидовете от купувачите**. Купувачите могат да изпратят своите бидове (или максимални бидове).
- **Наддаване през последните минути**. Ако купувач наддаде пред последните две минути преди приключване на Е-аукцион, времето на аукциона се удължава с две минути.
- **Приключване на аукционния търг**. Търгът приключва на определена дата и в определено време. На спече-

⁷¹ Вж. Turban, E. Auctions and Bidding on the Internet: An Assessment. EM – Electronic Markets, Vol. 7, No. 4, 12/1997, p. 7

лилия лота купувач се изпраща по факса фактура с инструкции за извършване на плащането.

- **Плащане.** Купувача плаща на посредника обичайно в рамките на 24 часа.
- **Получаване на стоката.** Купувача получава разрешение да вземе стоката.

Наддаване при е-аукцион:



Фиг. 2.

Сравняването на традиционния и електронния аукцион дава представа за предимствата и недостатъците на е-аукциона. Традиционните аукциони са свързани с някои затруднения и ограничения. Например, продажбата на определена партида или единица става в рамките на няколко минути. Понякога това се оказва твърде кратко време за вземане на решение и част от купувачите се отказват да наддават. По този начин продавачите не винаги могат да продадат стоката на най-високата цена. В много случаи купувачите нямат достатъчно време да изпитат стоките. Преглеждането на стоките, за което потенциалните купувачи трябва да дойдат на мястото, където се намира аукциона, понякога се оказва пречка пред потенциалните купувачи и някои от тях се оказват изключени. В други случаи се оказва доста сложно продавачите да придвижат стоките си до аукциона. Комисионните са високи, поради големите разходи за ор-

ганизирането на аукциона (разходи за наем на място, за рекламиране, за заплати на аукциониста и другите заети. Голяма част тези трудности не съществуват при електронните аукциони.

Електронните аукциони позволяват на отделните продавачи да продават своите продукти ефективно и с малко усилия. Те трябва само да попълнят информация за предлаганите от тях стоки и да я изпратят на хоста. След което цялата работа се извършва от аукциониста.

Конкретните ползи от електронните аукциони са различни за участниците в тях: продавачи и купувачи.

Към ползите за продавачите могат да се причислят:

- Достъп до широка аудитория, тъй като купувачи от различни краища на света могат да наддават.
- Спестяване на транспортните разходи. Продавачите могат да продават своето оборудване без да го преместват.
- Спестяване на усилията свързани с рекламирането на стоката, издаване на каталог, заплащането и събиране на данъците, освобождаване на оборудването.

Ползите за купувачите са:

- Спестяване на транспортните разходи. Няма нужда да напускат офисите, само се свързват със съответния аукцион и наддават посредством компютъра или изпращат бидовете по факса.
- Могат да изпратят най-високия си бид (proxi bid) и системата на електронния аукцион ще приема бидове до тази цена, така че не е необходимо да се наблюдава непрекъснато целия аукцион. При желание, системата изпраща съобщение, когато е предложена по-висока цена.

Използване на историческите данни. Купувачите могат да се информират за процеса на наддаване и да видят срещу кого наддават.

- Голямо разнообразие на стоки, особено антикварни и подлежащи на колекциониране, които не могат да се намерят на локалния пазар.

Основните ограничения са свързани с невъзможността физически да видят стоките и възможността да бъдат измамени.

Независимо от ограниченията и рисковете електронните аукциони намират все по-широко приложение при реализирането на стоки в международен мащаб.

ГЛАВА ШЕСТА

ЛИЗИНГОВИ ОПЕРАЦИИ

1. СЪЩНОСТ НА ЛИЗИНГОВИТЕ СДЕЛКИ

Понятието лизинг произлиза от английски език (to lease, leasing) и като същност означава отдаване под наем. Лизингът във външноикономическата практика е вид външноикономическа операция, при която едната страна – наемодателят (лизингодателя), предоставя на другата страна - наемателя (лизингополучателя), правото да ползува определен обект – машини, съоръжения, транспортни средства и др., срещу заплащане на периодични вноски (наем), разделени по време в рамките на срока на лизинговия договор, при договорени условия.

В исторически план отдаването под наем е свързано с недвижимо имущество – земя, сгради и др., която операция и днес твърде често се нарича аренда.⁷² Постепенно обект на договорите за отдаване под наем става движимото имущество – предимно с инвестиционно предназначение. В сферата на международната търговия отдаването под наем се превръща в обичайна практика едва след Втората световна война.

В редица страни днес лизинговите операции са една от приоритетните форми на международна реализация – нефтосондажно и минногеоложко оборудване, електронноизчислителна и всякакъв вид организационна техника, точна измервателна, изследователска и друга техника, транспортни средства, селскостопанска техника и др., както и оборудване за всички видове отрасли на добиваща и обработваща промишленост и редица стоки за широко потребление с трайна употреба. Макар и по-късно навлезли в международния бизнес, лизинговите сделки са много добре обхванати от редица национални законодателства. За първи в Западна Европа френският законодател дава определение на лизинговата операция на движимо и недвижимо имущество в закон Х66-455 от 2 юли 1966 г., което се ревизира през следващата година с разпореждане Х67-837 от 28 септември 1967 г., установяващо различен подход към движимите и недвижимите обекти на лизинговите операции, както следва:

а) Лизинговите операции са операции по отдаване под наем на оборудване и инструменти, закупени с цел отдаване под наем от

⁷² Вж. също: Найденов, Б. Лизингът. Финансов и правен аспект. София, Сиела, 1996, с. 7-8.

предприятия, които остават техни собственици, като тези операции, каквато и да бъде тяхната квалификация, предоставят на наемателя възможността да придобие цялото или част от наетото имущество по договорена цена, която държи сметка за най-малката част от нап-равените вноски по наема.

б) Лизингови са операциите, посредством които едно предприятие отдава под наем недвижимо имущество за професионална употреба, закупено от нея или построено за нейна сметка, като тези операции, каквато и да бъде тяхната квалификация, позволяват на наемателите да станат собственици на цялото или на част от наетото имущество след изтичане на срока на наемането, било чрез прехвърляне в изпълнение на едностранно обещание за продажба, било чрез пряко или косвено придобиване на правото на собственост върху терена, на който са били постройките или построеното наето имущество, било чрез прехвърляне на пълните права на собственост върху издигнатите постройки върху терена на въпросния, т.е. негов собствен терен, наемател.

Белгийският закон от 1967 г. също предлага една твърде конкретна и пълна дефиниция на лизинговите операции, която се свежда накратко до следното:

- практикува се за инвестиционни стоки, които наемателят използва изключително за професионални цели;
- имуществото специално се закупува от наемодателя съгласно спецификацията на бъдещия наемател с цел да бъде отдадено под наем;
- срокът за използването под наем, определен в договора, трябва да отговаря на предполагаемата продължителност на икономическия живот (на експлоатацията по основното му предназначение) на имуществото;
- величината на наема се определя така, че да покрие стойността на имуществото за периода на неговото ползуване, определен в договора;
- договорът открива възможността в края наемателят да придобие правото на собственост върху наетото имущество, по установена цена, която трябва да отговаря на предполагаемата остатъчна стойност на това имущество.

От приведените определения се вижда, че по същество лизинговите операции означават начин или вариант на финансиране на инвестиционна и производствена дейност от позицията на наемателя и кредитна операция от позицията на наемодателя.

2. ВИДОВЕ ЛИЗИНГОВИ ОПЕРАЦИИ

Както във вътрешната, така и в международната търговска практика се различават две основни форми на лизинга: **финансов лизинг** (finance lease или location financement), **оперативен лизинг** (operational leasing, location operationelle, location d`exploitation).

Съществуват и други разграничения на лизинговите операции в зависимост от различни критерии като продължителност на лизинга, условията за амортизация, степента на откопуване на лизинговия обект; страните, които участват и др.

От гледна точка лизинговия обект се различават:

- “**лизинг от първа ръка**” (first hand leasing), когато стоката не е била експлоатирана преди отдаването и под наем;
- “**лизинг от втора ръка**” (second hand leasing) за вече експлоатирани стоки;
- **лизинг за стоки за широко потребление**
- **лизинг за инвестиционни стоки.**

Лизингът за инвестиционни стоки (equipment leasing, chattel leasing) се дели още на лизинг, при който наемателят поема всички задължения, свързани с нормалното функциониране на обекта, т.е. неговото обслужване (net leasing) и лизинг, при който тези задължения се поемат от наемодателя (full leasing). По-нататъшната детайлизация на лизинга за инвестиционни стоки е построена върху отделни видове стоки и разпределението на задълженията по поддържането на обекта на лизинга между наемодателя и наемателя.

2.1. ФИНАНСОВ ЛИЗИНГ

Съгласно договора за финансов лизинг наемодателят се задължава да предостави на наемателя на разположение определен обект (оборудване, транспортни средства и др.) съгласно указанията – спецификации, задания, описания и др. на наемателя. Последният заплаща ползуването на въпросния обект чрез периодични вноски, величината на които и разпределението им в границите на лизинговия срок, покриващ по правило икономическия живот на обекта, са посочени в договора. На наемателя е предоставена възможността да закупи обекта след изтичането на лизинговия срок.

В договора за финансов лизинг се предвижда един **начален период, наречен още неотменяем** (irrevocable), в течение на който нито една от договарящите страни няма право да го анулира, дори

когато наемателят не се нуждае повече от обекта на лизинга по определени причини. Този период е продължителен и покрива по правило икономическия живот на изделието.⁷³ Възможно е той и да не покрива изцяло икономическия живот на съответния лизингов обект, поради продължителния жизнен цикъл на този обект или разпоредбите на местното законодателство, ограничаващо максималния срок на лизинговите договори.

Началният период се определя така, че ако той покрива икономическия живот на изделието, компанията наемодател си осигурява възвръщане на първоначално направените инвестиции за покупка на обекта, финансовите разходи по операцията (лихви и др.) и печалбите под формата на съвкупността от всички вноски на наема в рамките на лизинговия период.

Наемателят поема всички разходи, респ. и рискове и отговорности, свързани с експлоатацията и поддържането на обекта на лизинга: рисковете за погиване или повреждане на стоката, дори в случаите на форсмажорни обстоятелства; рисковете от неефективна експлоатация; осъществяването на всички административни и други задължения, вкл. заплащането на всички данъци, такси, мита, застраховки, глоби и т.н., свързани с обекта на лизинга. Наемателят се задължава също така по време на експлоатацията на обекта да не осъществява действия, които биха намалили стойността му или биха внесли изменения в резултат на неправилна експлоатация, нововъведения, преместване на обекта и др. За целта наемодателят си запазва правото на контрол и наблюдение по всяко време на действие на срока на договора.

Наемодателят осъществява лизинговата операция в качеството си собственик на обекта. Между доставчика (производителя) на съоръжението и наемателя не съществува пряка юридическа връзка, освен ако тя не се прехвърли чрез цесия от наемодателя върху наемателя за някои от основните последващи връзки – обслужване, монтаж и др., но не и собствеността. Обичайните търговски и технически услуги, свързани с монтажа, пускането в експлоатация и самата експлоатация, са обект на директни взаимоотношения между доставчика и наемателя. Фирмата наемодател не се намесва в техническите аспекти на сделката. Чрез договора за покупко-продажба и чрез специално пълномощно, както вече беше посочено, наемодателят прехвърля тези компетенции на наемателя. Ето защо всички

⁷³ В случая на лизинговите операции той се измерва най-често с периода на законно установения амортизационен период (в рамките на които се правят амортизационни отчисления).

разходи, рискове и задължения, свързани със застраховката, поддържане на обекта на лизинга и т.н са за сметка на наемателя.

От позицията на наемодателя **финансовият лизинг е кредитна операция при предварително съгласувани условия с наемателя**, тъй като предварително закупува отдаваното под наем съоръжение по зададени от наемателя спецификации, който се издължава чрез плащане на лизингови вноски.

При финансовия лизинг в качеството на наемодателите най-често излизат финансовите институции: банки, застрахователни организации, дъщерни фирми, смесени фирми с участие на банки и т.н., както и мощни специализирани лизингови фирми. От тук идва и самото наименование на тази лизингова операция, тъй като по същество тя е финансова сделка, осъществявана при директното или индиректно участие на банките. Освен това сделката за финансов лизинг е във функционална зависимост от развитието на кредитния пазар, от движението на лихвените проценти, което се прибавя към обосновката на финансовия характер на тази операция.

С изтичането срока на лизинговия договор лизингополучателя може да продължи срока на договора, да сключи нов лизингов договор, да върне предмета на лизинг на собственика/лизингодателя или да го закупи по остатъчна стойност.

2.2 ОПЕРАТИВЕН ЛИЗИНГ

Оперативният лизинг предшества финансовия. Разновидностите на оперативния лизинг са познати още в края на XIX в., но навлизането на тези операции в международната търговия се отнася към периода непосредствено след Втората световна война. Различията между финансовия и оперативния лизинг много добре открояват и същността на този втори вид лизингова операция, поради което характеристиките на оперативния лизинг ще бъдат проследени в сравнителен план.

Срокът на действие на договора за оперативен лизинг се движи от няколко часа до максимум 3 години, като много рядко превишава тази граница. Като средни стойности този срок е в рамките на дни и месеци, под една година. Ето защо при оперативния лизинг не съществува условието за неотменяем период, следователно не съществуват и другите основни последствия от клаузата за неотменяемост на периода, както и за покритие на икономическия живот на отдаване под наем имущество.

Наемодател при оперативния лизинг по правило е **фирма производител, специализирана лизингова фирма** и по изключение финансова институция. Най-често наемателят избира между обектите, предложени му от производителя или специализираната лизингова компания, която разполага със собствен парк на съответните съоръжения, транспортни средства и др. за целта Само в случаите на потребности на наемателите, които надхвърлят фактическите възможности на парка на специализираната лизингова компания, могат да бъдат направени покупки от страна на лизингодателя, както в случая с финансовия лизинг.

Различни са отношенията между наемодател и наемател, що се отнася до всички допълнителни дейности, права, задължения и рискове по време на експлоатацията на отдаденото под наем имущество. В зависимост от постигнатата договореност се формулира **конкретно разпределение на дейностите по обслужване** на монтажа, пускането в експлоатация и самата експлоатация на обекта. В някои случаи наемодателя осигурява пълен сервиз, който предвижда и екип, който не само обслужва, но и управлява експлоатацията на съоръжението, транспортното средство, др. или това е т. нар. мокър лизинг. Тази практика е особено разпространена при високотехнологичната продукция, която предполага съответната квалификация за обслужване и експлоатация, каквато персонала на наемателя не винаги може да гарантира. Нещо повече, оперативния лизинг твърде често се мотивира от съображения за използване на висококвалифицирано обслужване и съдействие при експлоатацията от страна на наемодателя. Аналогично се решава въпросът за **застраховката, риска** за повреждането и погиването на стоката и т.н.

Оперативният лизинг **разкрива различни алтернативи пред наемателя при приключването на договора**. Обичайно той връща наетия обект на неговия собственик с доказателства за проявени грижи на добър стопанин, като по взаимно съгласие срокът на лизинга може да бъде продължен. Съществува обаче реалната възможност ставките по наема да останат непроменени, а в някои конкретни случаи и дори завишени. Заслужава внимание и тази особеност, че по времето на валидност на договора за оперативен лизинг винаги е налице възможност за неговото предсрочно прекратяване при изпълнение на определени условия (предизвестие в определен срок и др.).

Различни са и целите на финансовия и оперативния лизинг. Приоритети на оперативния лизинг са своевременното усвояване на научно-техническите резултати, решаване на конюнктурни пробле-

ми, свързани с развитието на икономическия цикъл, необходимостта от висококвалифицирано обслужване на технологична продукция и др. Рискът за моралното остаряване при оперативния лизинг остава върху собственика на обекта, докато при финансовия лизинг както за физическото, така и за моралното остаряване рискът се понася на практика от наемателя, защото срокът на лизинга покрива икономическия живот на изделието.

Двете форми на лизингови операции (финансовият и оперативният лизинг), имат съответните разновидности от позицията на такива критерии като технология и целите на операцията, установените традиции в отделните страни, обусловени от повече или по-малко продължителната национална практика и др. По-долу ще бъдат разгледани в качеството на пример само някои от разновидностите на финансовия лизинг, които намират сравнително широко приложение в международната практика. Следва да се има предвид обаче, че в национален и международен план са познати множество варианти и на двете форми на лизинговите операции.

2.3 РАЗНОВИДНОСТИ НА ФИНАНСОВИЯ ЛИЗИНГ

Разнообразието на финансовите лизингови операции се свързва преди всичко с американската практика. След 60-те години разгледаните по-долу варианти на лизинга, с повече или по-малко специфика, се наблюдават и в Западна Европа.

2.3.1. ОБРАТЕН ЛИЗИНГ (Sale and Lease back)

Обратният (възвратен) лизинг е сделка, при която продавачът-доставчик на съоръжението и наемателя са една и съща фирма. Прилага се най-често в случаите, когато фирмата наемател има за цел да подобри своето финансово състояние, като използва допълнителни източници на финансови средства. Обект на този вид лизинг е най-често употребявано оборудване. При него собственикът продава съоръжението на лизингодателя, след което сключва договор с него договор за лизинг на същото съоръжение. Възвратният лизинг се прилага и за нови съоръжения, предмет на внос. В този случай бъдещият наемател се явява и вносител и изпълнява всички формалности, свързани с пресичането на границата.

Сделката за възвратен лизинг се развива в две основни последователни фази, при показаната опростена схема (Вж. схема 1⁷⁴).

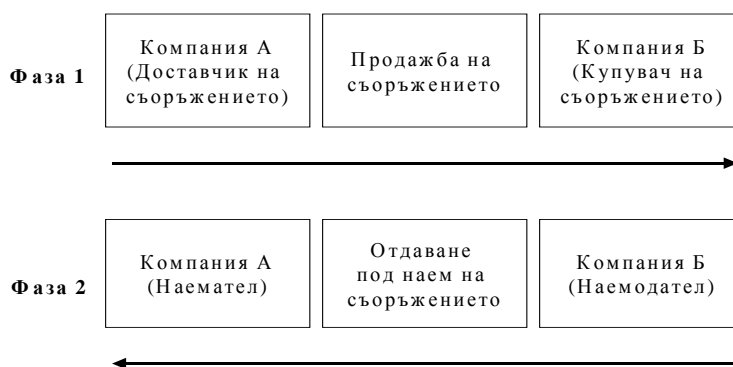


Схема 1.

2.3.2. ЛИЗИНГ НА ДОСТАВЧИКА (“CREDIT BAIL FOURNISSEUR”)

Тази разновидност на финансовия лизинг е близка до възвратния и е характерна за френската практика. При нея фирмата-производител продава на лизингова компания имуществото срещу незабавно плащане на неговата стойност, акто в същото време го наема. Самият той не ползува наетото съоръжение, а го отдава в субаренда. Тази разновидност на лизинга се използва предимно в международния бизнес, като най-често доставчикът и лизинговата компания са от едан и съща сържава, а субарендатора – от друга.⁷⁵ субарендаторите могат да бъдат и зад граница, т.е. лизинговата сделка може да носи международен характер. Отдаването на съоръжението в субаренда по същество е едно от определящите условия на договора, поради което за това не се иска съгласието на наемателя.

2.3.3. РАЗДЕЛЕН ЛИЗИНГ (LEVERAGED LEASING), още наричан Дъми корпорейшън (DUMMY CORPORATION; SOCIETE `DE PAILLE)

При по-голяма част от необходимите финансови средства се представят в заем от трета страна. Обикновено тази форма на ли-

⁷⁴ Каракашева, Л. Външнотърговски операции, ИК ЮРАПЕЛ, 1995, с. 230.

⁷⁵ Вж. също: Найденов, Б. Лизингът. Финансов и правен аспект. София, Сиела, 1996, с. 52.

зинга се прилага при сделки, възлизащи на високи стойности, в които участвуват по-голям брой заемодатели, наематели и наемодатели. Това налага много често и участието на посредници (брокери), които координират действията на отделните участници в една по същество сделка пакет (package deal) с отчитане в редица случаи и със създаване на т.н. доверителна или “подставена” корпорация.⁷⁶

Различават се две основни разновидности на този вариант на финансовия лизинг:

- 1) Стандартна форма на разделен лизинг, при която наред с наемателя и наемодателя участва и трета страна заемодател. В качеството на гаранция върху заема, наемодателят оформя в полза на заемодателя ипотечен залог върху съоръжението и прехвърля чрез цесия правата за получаване на вноските по наема върху заемодателя (банка или финансова компания).
- 2) Сложна форма на разделен лизинг, в която участват най-често следните пет страни:
 - **брокер**, който организира сключването и реализацията на сделката.⁷⁷;
 - учредители на **доверителната компания** – банки или лизингови фирми;
 - “доверителният собственик” (Dummy corporation), на когото принадлежи правота на собственост върху съоръжението и който се явява наемодател в сделката;
 - **наемодателят** – в качеството на финансираща страна могат да участвуват банки, застрахователни компании и др.⁷⁸
 - **наемател**, който също може да получи кредит за наемане на съоръжението.

Представа за сложната разделна лизингова операция дава схема 2⁷⁹.

⁷⁶ Вж.: Каракашева. Л. Външнотърговски операции, ИК ЮРАПЕЛ, 1995, с. 229.

⁷⁷ Неговото възнаграждение се движи около 3% върху общата стойност на сделката. В качеството на брокери участвуват лизингови компании, търговски или инвестиционни банки и др.

⁷⁸ Заемът покрива между 60% и 96% от стойността на съоръжението, при годишна лихва 8-9% и срок 15-20 години.

⁷⁹ Каракашева. Л. Външнотърговски операции, ИК ЮРАПЕЛ, 1995, с. 231.

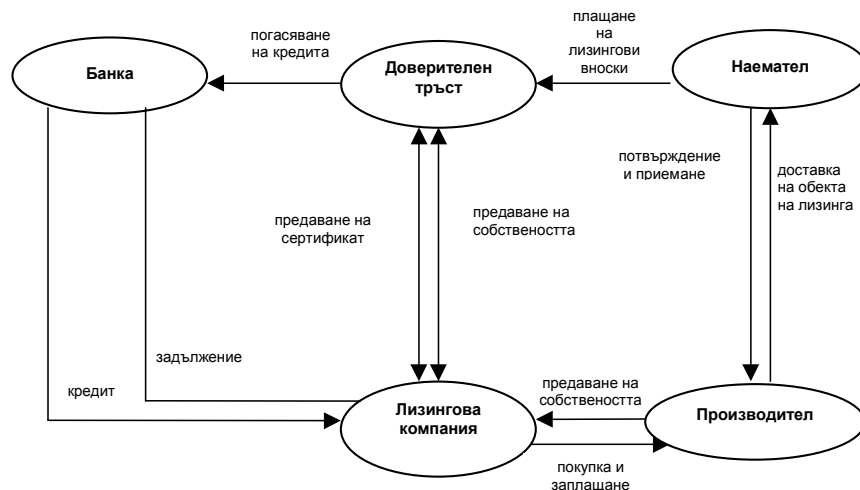


Схема 2. Лизингови операции с участието на доверителна компания (ливериджид лизинг).

Дискутираните разновидности на лизинга могат да имат вътрешен или международен характер. Определянето на една лизингова сделка като международна идва преди всичко от различната национална принадлежност на участниците в нея – лизингова компания, лизингополучател, доставчик. В рамките на международния лизинг могат да се разграничат пряк задграничен лизинг⁸⁰ и косвен задграничен лизинг, при който лизингодателя и лизингополучателя са юридически лица от една и съща държава, но част от капитала на наемодателя принадлежи на чуждестранна фирма или той се явява дъщерна фирма на чуждестранна ТНК.⁸¹ Прекият задграничен лизинг се подразделя на експортен лизинг и импортен лизинг. Експортният лизинг е сделка, при която лизингова компания закупува оборудване от национална фирма и го отдава под наем зад граница. При импортния лизинг лизингодателя, закупува оборудване от задгранична фирма и го отдава под наем в собствената си страна.

⁸⁰ Това е лизингова сделка между юридически лица от различни страни.

⁸¹ Цит. съч. Фаминский, И. и колектив. Международные экономические отношения. М. Изд. Юристъ. 2001, с. 716.

3. СТРУКТУРА НА СИСТЕМАТА ЗА ОРГАНИЗАЦИЯ НА ЛИЗИНГОВИТЕ ОПЕРАЦИИ

3.1 ФИРМИ НАЕМАТЕЛИ

Към лизинг прибъгват:

А) Финансово затруднени фирми, които компенсират недостига на средства чрез лизинг, за да разширят производствения си капацитет. Това позволява собственият капитал да намери по-широка сфера на приложение, надхвърляща собствената инвестиционна дейност. Основният ефект от приложението на лизинговите операции се заключава във възможността заплащането на правото да се ползват под наем необходимите машини и съоръжения да се осъществява за сметка на печалбата, реализирана в процеса на тяхната експлоатация.

Б) Фирми в сферата на отрасли на материалното производство, за развитието на които научно-техническият прогрес играе решаваща роля. Подобни фирми наематели търсят наемодатели, които са в състояние да предложат благоприятни условия за периодична подмяна на наетите машини и съоръжения, съобразно ритъма на усвояване на достиженията на научно-техническата мисъл в тяхното производство. Тази практика широка се прилага от големите американски фирми, които чрез лизинга решават важни задачи на дейността по обновяване на машинния парк. Макар и с по-бавни темпове поради особеностите на действащото законодателство тази практика си пробива път и в страните от Западна Европа.

В) Големите производствени фирми, които по съображения от данъчно или друго естество, предпочитат чрез лизинга да разширят дейността си вместо да увеличават собствения си капитал. Този процес много често е свързан с периоди на възходяща конюнктура на пазара.

Г) Нови фирми или със сравнително кратък период на дейност, което предполага ограничени финансови възможности. В този период на утвърждаването им лизингът може значително до допринесе за разширяване на производството и реализацията.

3.2. ФИРМИ НАЕМОДАТЕЛИ

В качеството на наемодатели на международния пазар се срещат лизингови посредници - брокери, специализираните лизин-

гови компании, фирмите производителки на търсените под наем машини и съоръжения:

а) **Лизинговите посредници (брокери)** са фирми, които предлагат своите услуги в качеството на посредник между наемодателя и финансовия институт, който осъществява финансирането, т.е. покупката на въпросното съоръжение, отдавано под наем. Наемателят сам избира и специфицира необходимите му машини и съоръжения, и сключва договор с доставчика. Брокерите по лизинга не са страна по лизинговата сделка, а тяхната роля се свежда до установяването на връзката с финансовия институт, който придобива собственост върху наетото съоръжение, като финансира покупката чрез емитирането на заем на паричния пазар или пряк заем за покупка на съоръжението.

б) **Специализирани лизингови фирми**, чиято основна или единствена дейност е отдаването на стоки под наем. Те се делят на тясно специализирани и универсални,⁸² като първите се занимават само с конкретен вид стока (като железопътни вагони, контейнери и др.) или стоки от една и съща група (строителни машини, текстилни машини и др.).

Специализираните лизингови фирми се създават под формата на:

- дъщерни предприятия на промишлени ТНК, банкови и търговски фирми;
- промишлени, строителни и др. фирми, които осъществяват лизингови операции;
- търговско-посреднически лизингови фирми;
- лизингови асоциации⁸³.

в) **Фирми производителки, сключващи преки договори за отдаване под наем** на произвежданата от тях продукция. Подобна практика е особено ефективна при лизинга на скъпоструващи и/или уникални машини и съоръжения, чието ползване е тясно свързано най-вече по линията на техническото обслужване с участието на самия производител.

⁸² Вж.: Фаминский, И. и коллектив. Международные экономические отношения. М. Изд. Юристъ. 2001, с. 281.

⁸³ Например Интерлиз – Interlease, в която участвуват лизингови компании от Белгия, Франция, Дания, ФРГ, Англия, Италия, Холандия, Норвегия, Швейцария, Испания). Лизинговите компании са обединени в национални и международни асоциации. В Западна Европа е организиран т.н. Лизингов клуб (Lease Club), в който са представени лизингови компании и финансови институти, осъществяващи лизингови операции от Белгия, Холандия, ФРГ, Франция, Италия, Норвегия, Австрия, Швеция, Швейцария, Испания, България (чрез АД Булгарлизинг и Българска лизингова асоциация).

4. ЛИЗИНГОВА СДЕЛКА. СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ

В сравнение с обичайната сделка за покупко-продажба лизинговата сделка съдържа специфични особености, проявяващи се на различните етапи на нейната обработка.

4.1. СЪЩНОСТ И ЕТАПИ НА ПРОЦЕСА НА ОБРАБОТКА НА ЛИЗИНГОВАТА СДЕЛКА

Инициативата за сключване на сделката по правило принадлежи на фирмата наемател. Това се обуславя от правото на наемателя сам да избере и специфицира наемните машини и съоръжения и техния доставчик. Ето защо начало на лизинговата сделка са **проучванията**, които наемателят прави на възможностите за ползуване на съответен тип или модел съоръжения, съобразно собствените си изисквания. Наемателят установява пряка връзка с фирмата производител на въпросното съоръжение, провежда търговските и технико-икономически преговори, за да се изяснят условията по доставката. При благоприятен изход на преговорите на този първи етап на подработване на сделката приключва със **съставяне на проформа фактура**.

На следващия етап от подготовката на лизинговата сделка се цели **постигането на съгласуваност** между фирмата производител и съответната лизингова фирма с цел да се осъществи покупко-продажбата на въпросното оборудване. Фирмата наемодател извършва собствени проучвания относно финансовото положение на наемателя, очакваната ефективност на планираните инвестиции, комплексната характеристика на изделието, което ще представлява обект на лизинг и др. Тези проучвания се осъществяват на основата на документи и материали представени от фирмата наемател. В резултат на извършените проучвания фирмата наемодател за нейна сметка завежда досие на фирмата наемател.

При постигнато съгласие между наемателя и доставчика да сключат сделка за покупко-продажба на съответните машини и съоръжения започва третият етап на конкретната подготовка за сключване на сделката, т.е. **обработката на лизинговата операция** – на проектодоговора, съдържащ общите условия на лизинга и изпращането му до наемателя, едновременно с изпращането на предложение за закупуване на съответното оборудване от посочената фирма доставчик. Ако наемателят е съгласен с условията на наемодателя, той **връща на лизинговата фирма** подписаното копие на **проектодо-**

говора, заедно с подписана бланка за поръчка на оборудването. На тази основа фирмата наемодател потвърждава съгласието си за покупка на оборудването с изпращането на преподписана бланка за **поръчка до доставчика**. Между фирмата наемател и доставчика се установява пряк контакт, осъществява се **предаване и приемане на оборудването**, потвърдени с **приемо-предавателен протокол**, въз основа на който лизинговата фирма осъществява изплащането на оборудването. С това сделката е сключена и съгласно особеностите на лизинговия оговор започва да тече **срокът на лизинга и задълженията за изплащане на договорения наем**. На Схема 3 могат да бъдат проследени етапите на лизинговата сделка.

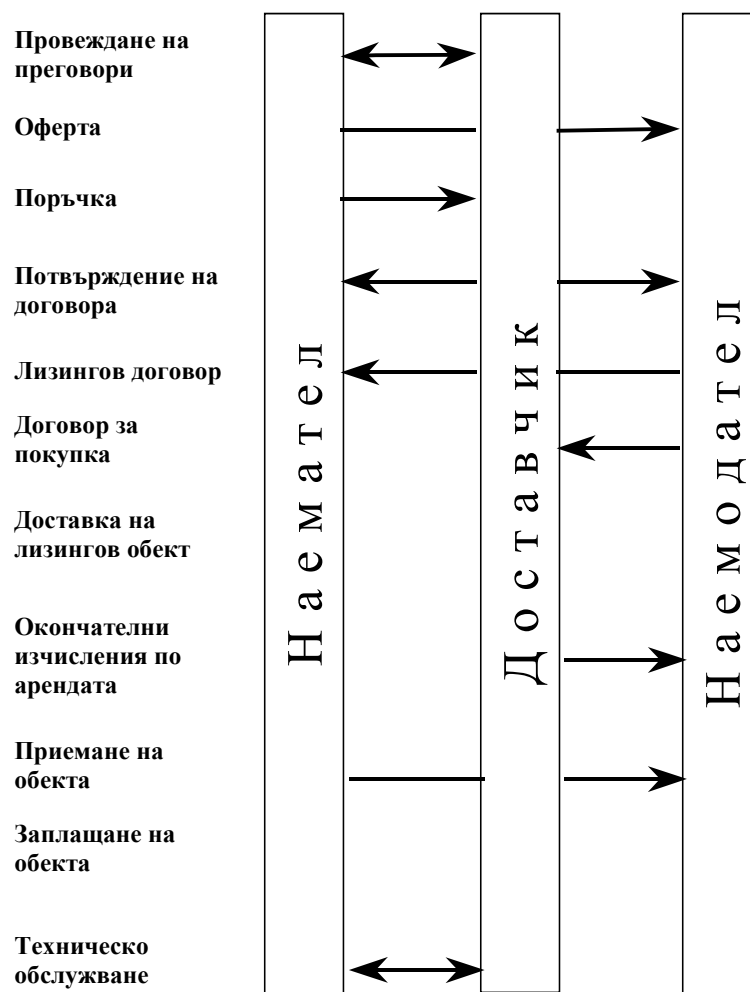


Схема 3. Схема на етапите на подготовка и сключване на лизингова сделка.

4.2. ДОГОВОР ЗА ЛИЗИНГ

В договора за лизинг, регламентиращ отношенията между наемодателя и наемателя, не винаги се съдържат всички изяснени по-долу клаузи. Съществуват различни варианти от гледна точка на техния брой и съдържание в зависимост от договореността между контрагентите, диктувана от техните интереси и изисквания, от естеството на обекта на лизинговата операция, от конкретните условия за приложение на договора и др.⁸⁴

4.2.1. ПРЕДМЕТ НА ДОГОВОРА

В тази по същество въвеждаща клауза се формулира целта на лизинговия договор – представяне под наем за ползуване на даден вид оборудване (стандартно или специално) с конкретизиране на съответните услуги, оказвани от наемодателя на наемателя в процеса на експлоатацията на оборудването.

4.2.2. ИЗБОР НА ОБЕКТА НА ЛИЗИНГОВАТА СДЕЛКА

Наемателят избира и специфицира съобразно своите изисквания наемните машини и съоръжения, транспортни средства и др. и техния доставчик. Твърдо често той прави своя избор върху предложената му от наемодателя номенклатура за предпочитаните обекти, образуващи собствен парк на лизингова фирма, от производителя или посредника.

4.2.3. СРОК НА ДОГОВОРА ЗА ЛИЗИНГ

Обичайно приетата практика предвижда един първоначален неотменяем период на действие на лизинговия договор. В редица случаи с изтичането на този период започва нов, наречен остатъчен, в течение на който на наемателя са предоставени следните алтернативи: покупка по остатъчна стойност, продължаване на срока на лизинговия договор или връщане на изделието на собственика му (наемодателя). Тази клауза на лизинговия договор следва да бъде съобразена с ограниченията в националните законодателства относно максималния срок на лизинговите договори. От гледна точка на сроковете на действие в международната практика се различават още лизингови договори за рентинг (renting) с продължителност от няколко часа до 3 години.

⁸⁴ По долу се разглеждат клаузите на стандартен договор за финансов лизинг, като съответно се посочват специфичните особености на оперативен лизинг.

4.2.4. СОБСТВЕНОСТ ВЪРХУ ОБЕКТА НА ЛИЗИНГА

Лизинговият обект е изключителна собственост на наемодателя. Това означава, че наемателят няма право да продава, отдава в субаренда или внася изменения в този обект. Върху ползуваните под наем машини и съоръжения задължително стои името на наемодателя в качеството му на собственик. При смяна на собствеността върху обекта на лизинга, договорът за наем запазва своята сила със съответната промяна на собственика – наемодателя.

По време на експлоатацията на машините и съоръженията наемателят може да внесе в тях известни подобрения за сметка на наемодателя, само когато те са направени с негово съгласие. Ако съгласието на наемодателя не е получено при връщането на машините и съоръженията с изтичането на срока на лизинговия договор, наемателят отстранява и запазва за себе си подобренията (ако практически това е възможно) или за собствена сметка ги предоставя заедно с подобренията на наемодателя, без да са нанесени каквито и да било вреди или щети върху тях.

В тази клауза на договора се формулира обичайното задължение на наемателя да полага грижи на добър стопанин за наетите машини и съоръжения, а в случаите на недобросъвестно отношение при експлоатацията им да обезщети наемодателя, освен ако щетите не са настъпили по вина на самия наемодател.

4.2.5. ГАРАНЦИИ

Тази факултативна клауза в лизинговия договор носи различни варианти на съдържание и формулировка. Отсъствието или сравнително малкото гаранции в лизинговия договор са един елемент от рекламата и фактор, благоприятстващ интереса към този вид сделка. Най-често гаранциите при сключване на лизинговия договор се заключават в задължението на наемателя да извърши авансово изплащане на определен брой вноски от наема при подписването на договора.

4.2.6. ДОСТАВКА И МОНТАЖ НА НАЕМАНИТЕ МАШИНИ И СЪОРЪЖЕНИЯ

Доставката на наеманите машини и съоръжения се счита за реализирана с подписването на приемо-предавателен протокол, установяващ съответствието им на изискванията на наемателя, формулирани в договора. Протоколът се подписва от наемателя и наемодателя или доставчика (или негов представител). Монтажът на машините и съоръженията се осъществява за сметка и риск на наема-

теля, доставчика или наемодателя съгласно постигнатата договореност (на практика обикновено от доставчика). След монтажа и въвеждането в експлоатация на наетите машини и оборудване се подписва нов протокол – между страните по лизинговия договор – за нормално функциониране на наетото оборудване.

При оперативния лизинг доставката, монтажът и пускането в експлоатация на машините и съоръженията се осъществяват по правило от наемодателя. Разходите за наем на помещенията, в които се пази оборудването, са за сметка на наемодателя.

Уреждането на евентуално възникнали рекламации се извършва както при всяко обичайна доставка на машини и съоръжения – директно между производителя (или неговия посредник) и наемателя.

4.2.7. ЕКСПЛОАТАЦИЯ И ПОДДЪРЖАНЕ НА НАЕМАНИТЕ МАШИНИ И СЪОРЪЖЕНИЯ

Съгласно постигнатите договорености техническото обслужване на машините и съоръженията в процеса на тяхната експлоатация се осъществява от наемателя. При финансовия лизинг се поема от наемателя, но когато обектът на лизинга е уникално или сложно оборудване – наемодателят най-често осъществява за собствена сметка и със собствен персонал поддържането и обслужването.

При стандартни машини и съоръжения, транспортни средства, селскостопански машини и др., наемателят твърде често изпълнява за собствена сметка и със собствени кадри техническото обслужване. В тези случаи в лизинговия договор се включват обичайните клаузи на класическия договор за покупко-продажба относно гаранционния период и срока на пробна експлоатация.

4.2.8. ОПРЕДЕЛЯНЕ И ИЗПЛАЩАНЕ НА НАЕМА

Изборът на вариант за определяне величината, формата и начините на плащане на наема се обуславя в най-висока степен от естеството на обекта на лизинга, продължителността на договора, характера на отношенията между контрагентите.

По принцип условията за заплащане в договора за лизинг предвиждат временни, периодични, еднакви по размер вноски⁸⁵, определяни за час, ден, седмица, месец, 3 или 6 месеца, а в някои случаи и за година. Наемът се изчислява върху пълната цена на оборудването вкл. данъците и митническите такси, както транспортни-

⁸⁵ Практиката познава както прогресивни така и регресивни по размер вноски.

те разходи по доставката на обекта на лизинга обикновено се плащат от фирмата наемател. Изплащането на вноските по наема се осъществява съгласно договорената периодичност, без да е необходимо за това предизвестие. При закъснение се предвиждат лихви, определени в договора (по правило равни на банковото лихва плюс определен процент).

Моментът от който започва да тече срокът на лизинга, т.е. изплащането на наем, съвпада с момента на фактическото предаване и приемане на обекта на лизинга, т.е. от подписването на приемо-предавателен протокол. Срокът на лизинга приключва в деня когато въпросното оборудване в изправно състояние е и с всички принадлежности към него, необходими за правилната му експлоатация, постъпи в склада на наемодателя или в друго, посочено в договора място или премине в собственост на наемателя.

В някои случаи в тази клауза се включва задължението на наемателя да осъществи известен брой авансови вноски по наема с цел да се гарантират интересите на наемодателя.

При финансовия лизинг авансови плащания рядко се предвиждат, но както беше спомената, плащането на наема може да се извърши под формата на издаване на полици от наемателя, покриващи цялата сума на наема и носещи падеж на плащане съответно на договорените последователни периодични вноски по наема.

4.2.9. ЗАСТРАХОВКИ СРЕЩУ ВЪЗМОЖНИ РИСКОВЕ

Най-често срещаният вариант на формулировка на условието за застраховка на наеманото оборудване предвижда тя да се извърши от наемателя, тъй като отговорността за щетите пада върху него. Застрахователната полица се подписва от наемателя в полза на наемодателя, който в случаите на настъпване на застрахователното събитие получава директно обезщетение. При оперативния лизинг застраховката се осъществява съгласно постигнатата договореност, но в преобладаващия брой от случаите е от фирмата наемодател.

4.2.10. ПРЕКРАТЯВАНЕ ДЕЙСТВИЕТО НА ЛИЗИНГОВИЯ ДОГОВОР

В течение на неотменяемия период лизинговият договор не може да бъде анулиран по желание на нито една от договарящите се страни. Изключения се допускат в случаите когато:

а) наемателят не изпълнява поетите от него общи или специфични задължения съгласно договора. При установяване на подобен факт наемодателят може да поиска незабавно връщане на обекта на

лизинга. Подобни случаи могат да бъдат: използване на наеманото оборудване несъобразно на неговото предназначение или противно клаузите на договора; умишлено или несъзнателно увреждане; закъснения или не плащане на лизинговите вноски; неспазване на клаузите на техническото обслужване и др.;

б) в случаите на фалит на наемателя, договорът се счита за автоматично анулиран. Оборудването се връща незабавно, а разходите се понасят от наемателя. Могат да бъдат предвидени различни обезщетения: например изплащането на сума равна на 12 месечните вноски или на сума, равна на половината на всички останали вноски и др. В случаите на настъпване на застрахователното събитие наемът се плаща до получаване от наемателят на обезщетението от застрахователния институт, като тези вноски в последствие се възстановяват.

При оперативния лизинг, договорът може да бъде прекратен по всяко време след съгласуваното предизвестие, на основата на съдебно или арбитражно решение, при констатирана нарушение на договорените клаузи.

4.2.11. ТАКСИ И РАЗХОДИ

Всички такси, данъци и др. разходи, свързани с реализацията на договора са за сметка на наемателя, вкл. бъдещите, засягащи пряко или косвено експлоатацията и поддържането на наемните машини и съоръжения.

5. ПРЕДИМСТВА НА ЛИЗИНГА. ФАКТОРИ, СТИМУЛИРАЩИ НЕГОВОТО РАЗВИТИЕ.

Бързото развитие на лизинговите операции в международната търговия през последните години, навлизането им в различни отрасли и направления и сфери на дейност, обогатяването на номенклатурата на обектите на лизинга са свързани с предимствата, които те притежават в сравнение с другите форми и средства на реализация, резултат на понататъшно развитие на факторите, обуславящи появата и приложението на този вид операции.

а) Като **форма и метод на финансиране** лизингът притежава редица предимства пред традиционните форми на финансиране в инвестиционната, производствената и търговска дейност. В сравнение с банковия кредит, инвестиционните кредити, получавани от специализираните институти и финансирането с разсрочка, лизин-

гът предполага по-благоприятни условия за ползуване на финансови средства.

Банковият кредит е изгоден най-вече когато е краткосрочен, тъй като средносрочният и дългосрочният кредит предполагат сравнително висока стойност. При получаването на банкови кредити се изискват солидни гаранции (ипотека, залог върху търговски фондове и др.). Договорите за лизинг много рядко предвиждат подобни гаранции. При лизинга в качеството на гаранция обикновено се практикуват авансовите плащания на определен брой вноски по наема. Банковите и инвестиционните кредити, както и финансирането с разсрочка, осигуряват максимум 80-85% от стойността на оборудването докато лизингът дава възможност за дългосрочно финансиране на 100% от стойността. Лизингът позволява да се запази независимо от наемателя по отношение на наемодателя, докато финансирането с помощта на заем под формата на облигации, може да срещне ограничените възможности на капиталовия пазар и да увеличи финансовите тежести на компанията, да я направи зависима от колебанията на паричния пазар. Първоначалната лизингова вноска по правило е по-ниска при покупката на кредит. Твърде често договарят условия, при които плащанията на първоначалната лизингова вноска се извършват след определен период на експлоатация на нещото съоръжение. При покупка на кредит купувачът най-често е длъжен още при сключването на договора или с получаването на стоката да изплати известна част от общата стойност – 20-30%. Не бива да се пренебрегва и това предимство на лизинговата сделка, че тя се обработва сравнително по-леко и бързо в сравнение със сделките на кредита.

Като средство и начин за финансиране лизингът не може да замени класическите средства, но значително разширява съществуващите възможности, предлага свобода за маневриране с наличните финансови средства, осигурява тяхното по-ефективно и гъвкаво управление. Лизингът обаче също не може да играе ролята на ефикасен начин за финансиране в условията на недостига на капитали.

б) Бързото разширяване на лизинговите операции в международната търговия е тясно свързана с развитието на научно-техническия прогрес. Закономерно се **съкращават сроковете на морална амортизация на машините и съоръженията**, което прави лизингът по-изгоден от покупката, особено в условията на оперативния лизинг, предполага по-кратки срокове на експлоатация в сравнение с тези на собствения парк от машини и съоръжения. Следова-

телно, гаранцията срещу моралното остаряване на получавания чрез лизинг машинен парк е по-голяма.⁸⁶

Предимствата на лизинговите операции, свързани с рационалното усвояване на постиженията на научно-техническия прогрес, обясняват във висока степен участието на редица крупни компании в международната търговия в качеството им на наематели на скъпоструваща съвременна техника. Това положително качество на лизинговите операции е пряко свързано с възможността не само да се обновява, но и да се **увеличава машинният парк на производствените предприятия** в зависимост от измененията в конюнктурата. При върховите моменти, т.е. при повишаващата се конюнктура производственият капацитет може значително да бъде разширен чрез лизинг на машини и съоръжения. Еластичността на приспособяването към промените в конюнктурата в резултат на използването на лизинга има своите граници, определени от сроковете на лизинговите договори, конюнктурата на специфичния лизингов пазар, характерът на конюнктурните изменения на пазара и др.

г) Лизингът позволява на наемателя да реши по-ефективно проблемите на **техническото обслужване** в лизинговите договори, особено при по-сложна техника, се предвижда техническо обслужване да се осъществява за сметка и с персонала на фирмата наемодател, което освобождава от грижи фирмата наемател.

д) Лизингът предполага и **по-благоприятни условия на експлоатация на наетите машини и съоръжения**. Така например амортизационните отчисления могат да се извършват от фирмата наемодател, данъците и др. видове налози и такси върху наетия машинен парк са значително по-ниски в сравнение със собствения.

Практиката показва, че наемът за наеманите съоръжения се включва в т.н. общи разходи, които се приспадат от сумите, подлежащи на облагане с преки данъци. При косвеното данъкооблагане съществуват различия между отделните страни. По принцип ако съществува косвено данъчно облагане върху оборота на фирмата, вътре се включва и наемът за лизинг. Такъв е принципът на системата T.V.A. (taxe a valeur ajoutee) – данък върху добавената стойност.

⁸⁶ Посоченото предимство на лизинговите операции следва да се приема с известни резерви. Ако се изхожда от действащото законодателство в редица страни и от самата практика на финансовият лизинг се вижда, че началният неотменяем период покрива по правило периода на амортизацията на съоръжението. рискът за моралното остаряване се носи от наемателя. Ето защо при обработката на лизинговите сделки в договорите се предвиждат редица клаузи имащи за цел да предпазят наемателите от моралното остаряване на ползуваното имущество.

Различия между отделните държави има и по отношение на митническото облагане на наеманите съоръжения, но при краткосрочния лизинг може да бъде приложена практиката на временния внос, което е значително по-изгодно в сравнение с покупката.

е) Лизингът е ефективно средство за **проучване на техническо икономическите показатели** на дадена машина или съоръжение, с цел последващата им покупка. Той разширява възможностите за оптимален вариант на избор на оборудване при съществуващите конкретни условия. От друга страна фирмата наемодател си осигурява благоприятни възможности за реклама на своята продукция без конкретно да инвестира за тази цел допълнителни средства.

ж) Важно предимство на лизинга е **продължителният тесен контакт** между контрагентите по сделката наемател и наемодател. Самата специфика на лизинговия договор е предпоставка за това – много често наемодателят да поема задължението да подменя предоставената машина или съоръжение при производството на нова, по-съвършена, като приема обратно остарелия тип.

з) Заслужава внимание факта, че стойността на наеманите машини и съоръжения **не се отразява върху баланса на предприятието**, т.е. не се ограничава неговата платежоспособност и което е особено важно, не се нарушава възможността му да получава банкови кредити, като по този начин нарастват финансовите възможности на фирмата.

Лизинговите операции безспорно крият и редица рискове както за наемодателите, така и за наемателите.

Най-големият риск за лизинговите компании е реалната опасност от обезценяване или морално остаряване на отдаваното под наем оборудване, най-вече при разновидностите на оперативния лизинг. Продължителността на икономическия живот на оборудването е твърде несигурна при бързите темпове на развитие на научно-техническия прогрес и изострянето на конкуренцията. Една от специфичните особености на оперативния лизинг предполага възможността за прекратяване на договора при предизвестие в сравнително кратки срокове. Това повишава в голяма степен риска за лизинговата компания. Ето защо редица лизингови компании ограничават дейността си до стандартно оборудване, при което смяната на наетото не представлява особена трудност.

При финансовия лизинг рискът от морално остаряване на отдаваното под наем оборудване се понася от наемателя, като се има предвид голямата продължителност на началния неотменяем период, който на практика покрива няколко години. Наемателят

плаща наем, дори когато оборудването повече не отговаря на неговите изисквания, тъй като по силата на договора няма право да прекрати неговото действие в рамките на началния неотменяем период. Наемът, изплатен за целия начален период, е изчислен така че фактически покрива покупната цена на наетото оборудване.

Изчисленията показват, че основния ефект от лизинговите операции следва да се търси не толкова в икономии на средства, колкото във възможностите за разширяване на инвестициите, пласмента, осигуряване на по-висока маневреност и др.

Посочените и редица други предимства на лизинговите операции разкриват в голяма степен и естеството на факторите, които обуславят бързото развитие на лизинга на международния пазар. Търсенето на нови, по-ефективни форми и средства за пласмент в условията на ожесточаващата се конкуренция на международния пазар, бързото развитие на научно-техническия прогрес и др. стоят в основата на интереса към възможностите, които предоставя лизингът в сферата на международната търговия.

ГЛАВА СЕДМА

ТРЪЖНИ ОПЕРАЦИИ

По своето съдържание и технология на организиране и провеждане, търгът е състезателен способ за получаване на оферти за доставка на определена продукция или изпълнение на посочените видове дейности при предварително зададени от купувача (клиент, организатора на търга) параметри, формулирани от тържни условия, които оферентите са длъжни точно да спазват, като задължителна предпоставка за допускане до участие в търга.

Търгът е традиционна форма на реализация с дългогодишна история. Конкурсното начало, върху което е построен, високата степен на унификация на принципната схема на подготовката, организирането и провеждането на търговете, универсалният характер на приложението на тържната продукция по отношение на богатото разнообразие от обекти на международния обмен, възможностите, които търгът предлага на оферентите и организаторите и други фактори, обуславят широкото приложение на тази класическа форма на реализация в съвременните условия, укрепват благоприятните перспективи за приложението и в бъдеще. Търгът е една от най-пълно и прецизно обхванатите по правно-нормативен път форми на плащмент на външния и международен пазар в голям брой страни, независимо от равнището на тяхното социално икономическо развитие.

1. ВИДОВЕ ТЪРГОВЕ

Международната търговска практика познава различни търгове. В зависимост от начина на провеждане се разграничават **открити (явни), гласни, закрити (тайни) и негласни търгове.**⁸⁷ Откритият търг предполага предварителна широка гласност чрез

⁸⁷ Разделението на търговете на национални и международни се базира на националната принадлежност на участниците в него. В националните търгове се допуска участие в качеството на оференти единствено на местни фирми (което по правило предполага публикуване на съобщението за търга само в местната преса), докато при международните търгове възможността за участие е открита за всички желаещи фирми, независимо от националната им принадлежност. При международните търгове чуждите фирми могат да регистрират свое участие чрез посредници на територията на организатора на търга, което в някои държави е задължително условие по силата на действащи правно-нормативни документи. Подобна възможност не нарушава международния характер на търга.

публикуване на съобщения в общата и специализираната преса⁸⁸, на основата на което участие в търга могат да вземат всички желаещи фирми, отговарящи на изискванията, формулирани в тръжните условия. Гласни се наричат международните търгове, при които тръжната комисия разкрива офертите и огласява техните основни условия в присъствието на фирмите - участнички. След това се публикува информация за спечелилия търга, размера на поръчката и общата сума на подписания договор. Закритият търг се организира и провежда без публична гласност, чрез привличане на определен кръг от оферентите по инициатива и преценка на самия купувач – организатор на търга. При негласните търгове, тръжната комисия не разкрива офертите в присъствието на участниците в тях и не публикува сведения за това, кой е получил поръчката. Този вариант е характерен за Скандинавските страни.

В редица държави по законодателен път са определени условията за избор на формата на търга, което не изключва поведението и на субективни фактори при организирането и провеждането на закрити търгове. По правило откритите търгове са свързани с възлагане на държавни поръчки над определена обща стойност, с добро познаване от страна на клиентите на качествената характеристика на обекта на търга, което позволява още на предварителните етапи на подготовката да се заложи върху ценовата конкуренция между оферентите. Закритите търгове са най-често явление при възлагане на поръчки за изпълнение на научно-технически и военни проекти, при висока степен на технологична сложност в ключови отрасли на съвременната икономика – авиоракетостроене, атомна енергетика, опазване на околната среда и др. В редица случаи закритите търгове са свързани с производството и доставката на уникално оборудване, зад което вече е изградена и функционираща система на силна монополизация и специализация в производството и пазара, което логично предполага ограничен брой компетентни и конкурентноспособни оферти. При закритите търгове доминират факторите на неценовата конкуренция, свързани преди всичко с технологичния фактор, с високата степен на риска за провеждане на фундаментални и приложни изследвания и с ограничени възможности за прецизна оценка на разходите за осъществяване на проектите още на предварителните етапи на подготовката.

Търговете се провеждат като правило в страната на организатора, но може да се провеждат и в други държави. В зависимост от

⁸⁸ Съобщенията се публикуват обичайно половин или един месец преди провеждането на самия търг.

спецификата реализирането на търга може да премине през различен брой етапи. На тази основа се различават **едностепенни и двустепенни (едноетапни и двуетапни) търгове**. При едностепенните търгове оферентите изработват търговски предложения в съответствие с условията, дефинирани в тръжните документи и ги депозират за участие в търга. При двустепенните търгове процедурата предвижда два етапа. Първият етап се третира като етап на предварителна квалификация (преквалификация) на оферентите на основата на определени показатели, посочени, от организатора на търга, които му позволяват да определи необходимия брой конкуренти за участие във втория етап – конкретно провеждане на въпросния търг на основата на предоставените тръжни условия и в отговор на депозираните тръжни оферти. По своята същност и процедура този втори етап се приближава до закритите търгове.⁸⁹

2. ТЕХНОЛОГИЯ НА ОРГАНИЗИРАНЕ И ПРОВЕЖДАНЕ НА МЕЖДУНАРОДЕН ТЪРГ

Най-пълно и прецизно тръжната процедура може да бъде анализирана и оценена на примера на двустепенния търг в сферите на инженеринговата дейност.

2.1. ПРЕДВАРИТЕЛНА КЛАСИФИКАЦИЯ НА ОФЕРЕНТИТЕ

Съдържанието и основните цели на съвкупността от дейности, осъществявани на етапа на преквалификация на оферентите, се заключават в организиран анализ и оценка от страна на клиента (организатора на търга) на възможностите на оферентите за участие в търга, съответстващо на спецификацията и изискванията на обекта и условията за неговото изпълнение.⁹⁰ На тази основа клиентът определя оферентите, които ще вземат участие в самия търг. На

⁸⁹ В редица случаи при провеждане на едностепенни търгове веднага след отваряне на тръжните оферти клиентът спира вниманието си върху определен брой оферти, като останалите елиминира от участие преди началото на анализа на предложенията. По същество тази процедура приближава подобни едностепенни търгове към двустепенните.

⁹⁰ За подр. относно организирането и провеждането на търга вж. още: Каракашева, Л. Търг. Подготовка, участие и документи. Варна, Princeps, 1995.

допуснатите се предоставя комплект от тръжни документи за целите на изработването и депозирането на тръжните оферти.

Практиката показва, че оптималният брой оференти, допускани до втория етап, се движи между 5 и 7, а във високо развитите страни в някои случаи е не повече от 3. Предварителната квалификация крие полезен ефект и за самите оференти. Изработването на документи за участие в преквалификацията е сравнително по-лек, по-малко трудоемък и по-икономичен процес в сравнение с изработването на самата тръжна оферта.

2.1.1. УСТАНОВЯВАНЕ НА КОНТАКТИ МЕЖДУ КЛИЕНТА И КОНТРАТОРИТЕ, КОИТО МОГАТ ДА УЧАСТВЕВАТ В КАЧЕСТВОТО НА ОФЕРЕНТИ

Клиентът публикува съобщения за провеждане на предварителна квалификация, което се третира като покана за участие за заинтересованите контрактори. Съобщението се изпраща до специализираната местна и чужда преса, а понякога и в официални държавни информационни източници. Информацията относно предвиданото провеждане на преквалификацията на оферентите за даден търг може да постъпи по инициатива на клиента и в търговски мисии, посолства и други задгранични представителства на оферентите, на територията на клиента, както и да бъде изпратена със същата цел до задграничните служби на страната на самия клиент в съответните държави на оферентите.

Поканата за участие в преквалификация съдържа обичайно установен минимум информация:

- 1) Ясно формулирано условие за правото на клиента (организатора на търга) да направи селекция по свое виждане на фирмите оференти, на които ще изпрати тръжните условия за участието във втория кръг.
- 2) Името на фирмата на клиента и на инженера-резидент (представител на клиента).
- 3) Кратки данни относно естеството на обекта на търга, обща схема на проекта, място на осъществяването му, както и на предварителен график за изпълнението му.
- 4) Предварителна програма, набелязваща ключовите дати в подготовката, организирането и провеждането на преквалификацията на самия търг, на съгласуването и сключването на договора за изпълнението на проекта.

5) Указания относно методите, формите и сроковете за попълване и депозиране на въпросниците за участие в преквалификацията от страна на оферентите.

6) Гаранциите, които оферентът следва да депозира за участие в търга и последващо добро изпълнение на проекта.

7) Други указания, свързани с необходимостта оферентите да познават и спазват изискванията, предявявани в държавните, финансови, митнически, външнотърговски, данъчни и други разпоредби.

Периодът между публикуването на съобщението и представянето на документите за участие в преквалификацията, както и този между депозирането на документите и провеждането на преквалификацията, не се регламентират по нормативен път в отделните страни. Те не се определят и в съобщението за провеждане на преквалификацията.

2.1.2. ИЗРАБОТВАНЕ И ДЕПОЗИРАНЕ НА ДОКУМЕНТИТЕ ЗА УЧАСТИЕ В ПРЕДВАРИТЕЛНАТА КВАЛИФИКАЦИЯ

Този етап на преквалификацията започва с получаването на потвърждение от оферентите за участие. Комплектът документи, които клиентът е подготвил и изпраща на оферентите в отговор на потвърждението за тяхното участие, съдържа формуляри на въпросници, които оферентите следва да попълнят и върнат обратно на клиента като основа за осъществяването на преквалификацията, указания относно формалните изисквания за попълване и връщане на въпросниците, както и допълнителна информация за въпросния проект. Обичайна практика е клиентите от развиващите се страни да канят консултанти при изработване на въпросниците (специализирани инженерно-консултационни фирми), които на последващите етапи участват в изработването на самите тръжни условия, в процеса на анализа и оценката на офертите, при сключването на договорите за изпълнение на поръчките, при избора на оптимален вариант на финансово-кредитно решение и др. Определена роля тези фирми могат да играят и на етапите на самото изпълнение на проекта в качеството на супервайзери, управляващи котрактори при големите проекти и др.

Съвременната практика показва висока степен на стандартизация на въпросниците за участие в преквалификацията при успоредно спазване на изискванията за простота и краткост, прецизност и всеобхватност на необходимата информация относно основните

аспекти на качествата на оферентите, отразени в попълнени въпросници. Това позволява бързина и прецизност при сравнение на данните, вкл. приложението на ЕИТ с цел класиране на участващите оферти.

В указанията относно попълването и депозирането на въпросниците се съдържат, в необходимата степен на детайлизация, формулирани всички изисквания от формално-процедурно естество, които оферентите са длъжни да спазват – място, адрес и дата на депозиране на въпросниците, брой на копията и език, на които трябва да бъдат представени, валута в която са посочени финансовите показатели и др. В указанията се съдържат и изисквания със съществено значение за позицията на оферентите и на етапа на самото провеждане на търга – например възможностите за образуване на смесени фирми в хода на оферирането на въпросния търг. По правило тази възможност е допустима при преквалификацията, но се ограничава на втория кръг, т.е. при конкретното провеждане на търга, за да не се стеснява периметърът на конкуренцията във вреда на интересите на клиента. Образоването на смесени фирми или влизането в консорциум е напълно допустимо, когато оферент, класиран на втория етап, привлича към участие фирма (фирма), неучаствували в преквалификацията. Предполага се, че по този начин той само ще увеличи своята конкурентноспособност, без да наруши правилата на конкуренцията.

В комплекта от документи за преквалификация, издавани от клиента, се включва и кратко описание на основната характеристика и условията на изпълнение на проекта. По този начин се повтаря, но заедно с това разширява и значително обогатява информацията, съдържаща се в съобщението с покана за участие на оферентите в преквалификацията. Новите моменти са свързани главно с по-нататъшното детайлизиране на програмата за изпълнение на проекта и с изясняването на такива основни въпроси като:

- предвижданото от страна на клиента участие на субконтрактори и съдържанието на работата, която те следва да извършат;
- основните стандарти по видове доставки и дейности, които контракторът е длъжен да съблюдава в хода на изпълнението на проекта;
- параметрите на вариантите на финансово решение, които контракторът може да предложи;
- финансови условия на сделката (срокове, форма и валута на плащане);

- уговорки и гаранции за противодействие на информационното покачване на цените; гаранции, които контракторът е длъжен да представи и др.;
- неспецифицирани видове дейности, нетипични за дадения проект и др.

Попълнените въпросници се депозират от оферентите при определените от клиента условия. Клиентът потвърждава получаването им в писмен вид. Оферентите могат да се откажат от участие в предварителна квалификация и върнат на клиента комплекта от документи.

2.1.3. ПРОВЕЖДАНЕ НА ПРЕДВАРИТЕЛНАТА КВАЛИФИКАЦИЯ И ИЗБОР НА ПОДХОДЯЩИ ОФЕРЕНТИ

Анализът и оценката на възможностите на оферентите се извършват от клиента на основата на:

- сравнителен анализ на информацията, съдържаща се във въпросниците, предоставени от оферентите;
- допълнителни сведения за качествата на оферентите получени по инициатива на клиента от банки, ведомства, асоциации, търговски палати, фирми и други организации в конфиденциален или открит порядък;
- предшестваш опит в провеждането на търгове с участието или без участието на въпросните оференти.

Основните критерии, от които клиентът се ръководи при осъществяване на анализа и оценката на възможностите на оферентите, респ. съответствието им на специфичните изисквания за изпълнение на проекта са:

- а) **организационно-управленска структура на оферента;**
- б) **комплексът от ресурси**, с които оферентът разполага за целите на изпълнението на проекта;
- в) степента и организационно-управленската форма, в която ще се наложи оферентът да привлича **външни участници** (най-често субконтрактори) и видове дейности, които те ще изпълняват;
- г) **финансовата стабилност и деловия авторитет** на оферента;
- д) **степен на съответствие** на количествената и качествената характеристика на оферента на **други специфични изисквания** за изпълнение на проекта – местно представителство, участие в промишлено коопериране на фирмено равнище в страната на клиента, езикови бариери и др.;

Изборът на съответен брой оференти приключва с изработването на списък на тези оференти и уведомяването им за възможността да получат тръжните условия за участие във втория кръг. По правило клиентът не уведомява неklasираните за участие във втория кръг оференти до получаването на писмено потвърждение от всички, класирани за участие в търга, тъй като при отказ от страна на една или повече оференти, въпросният списък се попълва със следващите “резерви” до регистриране на предварително набелязания брой конкуриращи се оференти за втория кръг. В някои държави по силата на действащи нормативни разпоредби, клиентът е длъжен веднага да уведоми всички оференти, които по същество отговарят на основните изисквания за класиране на етапа на преквалификацията, т.е. да отстрани от участие само явно неподходящите оференти.

2.2. ОРГАНИЗИРАНЕ И ПРОВЕЖДАНЕ НА ТЪРГ

Организирането и провеждането на международен търг минава през определен брой последователни етапи.

Началото на конкретната подготовка за провеждане на търга се поставя с изработването на тръжните условия, която дейност на практика клиентът осъществява успоредно с преквалификацията. В случаите на едностепенните търгове формално подготовката започва с публикуването на съобщението за предстоящия търг в местната и чуждата преса.

Принципно провеждането на търга започва много преди публикуването на съобщението (или отправянето на поканата до възможните оференти). Твърде често той се явява само едно от звената в една цялостна верига от мероприятия, които по съвкупност преследват крайната цел – изграждането на един инженерингов проект. Чрез търга най-често се реализира само една от поставените цели в хода на инженеринговия процес – проучване, производство и доставка на оборудване, строителство и монтаж, трансфер на технология, предаване на управленски знания и опит и др. Следователно от позицията на участниците (клиента и оферентите) оптималното решение, реализирано чрез провеждането на търга, предполага предварителен анализ и оценка на връзките и зависимостите между резултатите, проследвани чрез търга и осъществените предшествувачи и проектираните бъдещи дейности.

При едностепенните търгове за крупни и сложни поръчки обичайна практика е съобщението да бъде публикувано повече от един път в пресата. Запознаването с всяко последващо съобщение за даден търг разкрива допълнителна ценна информация за оферентите, свързана с повишаване степента на точност и пълнота на анализа и оценката на позициите на оферента при участие в търга. Подобна информация може да съдържа данни относно: проектираните финансови решения за изпълнението на проекта; участие на силни конкуренти на предшестващите стадии на изпълнение на проекта, обект на въпросния търг; специфични изисквания за изпълнение на проекта и др.

Обичайно утвърдената процедура за организиране и провеждане на един търг започва с публикуване на съобщение в пресата (изпращането на покана за участие при закрити търгове), тъй като този момент оферентите могат да отправят официално запитване и в отговор да получат тръжните документи (условия), на основата на които да изработят оферти. В условията на двустепенните търгове клиентът изпраща тръжните документи на избраните оференти, които са потвърдили готовността си да представят оферти за участие в търга. Ето защо в практиката като начален етап на процеса на организиране и провеждане на международен търг се третира изработването, изпращането и потвърждаване получаването на тръжните документи, наричани още предприемачески или поемни условия.

2.2.1. ИЗРАБОТВАНЕ, ИЗПРАЩАНЕ И ПОТВЪРЖДАВАНЕ НА ПОЛУЧАВАНЕТО НА ТРЪЖНИТЕ ДОКУМЕНТИ

Комплексът от тръжни условия е високо стандартизиран като номенклатура на съдържащите се в него документи и форма на представяне на тяхното основно съдържание. В някои страни организаторите на търга могат да използват готови образци на тръжни условия. Ползването на готови образци е възможно при определена степен на стандартизация на обекта на търга. В отговор на проявена инициатива и срещу заплащане, оферентът получава от клиента: покана за участие в търга; изисквания спрямо оферентите; условия на договора, който ще бъде сключен в случай на спечелен търг; форма – образец на офертата и на приложенията към нея; спецификация (спецификации); документ за количествата (обемите) на работата и график на тяхното изпълнение; чертежи; информация, която оферентът е длъжен да представи заедно с офертата, вкл. с форма – образец за допълнителна информация, ако такава се изисква.

2.2.2. ИЗРАБОТВАНЕ НА ТЪРГОВСКО ПРЕДЛОЖЕНИЕ (ТРЪЖНА ОФЕРТА)

От позицията на контрактора изработването на търговското предложение за осъществяване на инженеринговия проект е сериозно технико-икономическо и социално-политическо изследване. Ефективността на управленското решение, което се формулира в тръжната оферта, е поставена в зависимост от взаимодействието на съществени фактори:

- адекватна организационно-управленска структура на фирмата на контрактора и изискванията на процеса на изработване на търговското предложение;
- висококвалифициран екип от опитни инженерно-технически, юридически и други специалисти;
- натрупан опит в тръжната практика и в съответното отраслово и функционално направление на изпълнението на проекта;
- богато и специализирано информационно осигуряване;
- приложението на високопроизводителна техника.

Процесът на изработване на тръжната оферта, като етап по пътя на развитието на тръжната процедура, разгледан от позицията на контрактора, крие някои основни възлови моменти, заслужаващи особено внимание. По съдържание и форма тези моменти са отново в определяща степен производни на ограничения, заложи в тръжните документи (условия).

Първо. Запознаване на оферентите с условията на строителната площадка

Възможността оферентите да посетят “строителната площадка” с цел да се запознаят на място с конкретните условия за осъществяване на проекта винаги се допуска от клиента. В тръжните документи се формулират конкретните условия, при които може да се реализира тази възможност – състав на екипите на оферентите, време и продължителност на престоя, честота на посещенията, начин на осъществяване (индивидуално или колективно – с представители на всички оференти) и др. Твърде често поставената цел – установяване на място на фактите, описани в тръжните условия, се надхвърля и даден оферент (оференти) разкрива по-богата информация, която е от съществено значение за останалите. В тези случаи е възприето получените резултати, под формата на допълнение или корекция към тръжните условия, да бъдат изпратени от клиента на всички останали оференти, които са длъжни писмено да потвърдят получаването на тези допълнителни сведения. Това съображение е

наложило традицията посещенията на оферентите на строителната площадка да бъдат разрешени и стимулирани от клиента през първата половина на периода, разделящ изпращането на тръжните условия и датата на депозирането на офертите. Когато съгласно тръжните условия се предвижда колективно обсъждане на въпроси, интересуващи оферентите, индивидуалните посещения на строителната площадка (ако са разрешени) се допускат от клиента винаги преди това колективно обсъждане. Организацията и провеждането на проучванията на строителната площадка са за сметка на оферентите и не влизат в стойността на изработените от тях оферти.

Второ. Корекции и допълнения към тръжните условия

След изпращането на тръжните условия на заинтересованите оференти клиентът може да внася изменения и допълнения към тях в разумни срокове преди крайната дата за депозиране на офертите. Освен корекциите и допълненията, предизвикани в резултат на посещенията на оферентите на строителната площадка или в отговор на отправени от тях в писмен вид въпроси до клиента, е напълно възможно и допустимо по инициатива на самия организатор на търга да бъдат своевременно внесени необходими и полезни корекции и допълнения. Това се прави писмено, под съответния номер и шифър в качеството на неразделна част от тръжните условия. Допълненията са под формата на готови за попълване от страна на оферентите образци, с цел да се установи съобразяването на новите или коригираните изисквания на клиента. Писменото потвърждение от страна на оферентите на получаването на този документ(и) за настъпили изменения към тръжните условия е предпоставка за допускане до участието им в търга.

Трето. Възможности за поставяне на въпроси от страна на оферентите към клиента

В процеса на подготовката на тръжните оферти неизбежно възниква необходимостта от получаването на допълнителни сведения, свързани с конкретните направления и въпроси на програмното изпълнение на проекта. Освен възможността да получат тези сведения при разрешените посещения на строителната площадка, оферентите ползват и обичайно формулираното в тръжните условия тяхно право да поставят в писмен вид интересуващите ги въпроси и/или да участвуват в организираната за целта обща конференция (колективно обсъждане). Твърде често при втория случай индивидуалните посещения на оферентите на строителната площадка са

сведени до минимум или не са разрешени. Изборът от страна на клиента на един от посочените алтернативни варианти е функция на съчетаното действие на редица фактори – естеството на обекта на търга; целите, които клиентът преследва с него; направлението, в което проектът се осъществява; конкретната социално-политическа и икономическа ситуация в района и/или в страната на клиента и др.

При кореспондентския път на поставяне на въпроси от страна на оферентите, задължително осъществяван писмено, клиентът изпраща отговорите под формата на корекции и допълнения към тръжните условия до всички оференти, без да посочва източниците на въпросите. Формалните изисквания относно процедурата на поставяне на самите въпроси – форма, срок за депозиране (обикновено не по-късно от 30 дни преди крайната дата за предоставяне на офертите) и др. са изяснени в документа, съдържащ изискванията спрямо оферентите, приложен към тръжните условия. В редица случаи клиентът допуска поставянето на въпроси с конфиденциален характер, на които той отговаря само на заинтересованите оференти, на основата на доказана необходимост от конфиденциалност.

Колективното обсъждане на въпроси, свързани с изработването на тръжните оферти, осъществявано под формата на своеобразна конференция на оферентите на територията на клиента, по правило се предвижда в самите тръжни условия и се диктува от определени съображения на организатора на търга. Провеждането на конференции може да бъде договорено и извън тръжните условия по инициатива на клиента.

По правило конференциите се провеждат в края на първата половина на периода за подготовка на тръжните оферти и включват три основни етапа на работа:

Първи етап: Заседание, на което клиентът прочита пред оферентите въпросите, които е получил от тях в писмен вид и в определен срок, предшествуващ конференцията, и отговорите, подредени проблемно по реда на разделите на тръжните условия, в последствие се предоставят в писмен вид на всички оференти.

Втори етап: Оферентите задават нови въпроси, отново в писмен вид. Всеки от тях има право да постави въпроси и върху отговори, които произлизат от предшествуващи въпроси на други оференти.

Трети етап: Клиентът отговаря на поставените въпроси съгласно процедурата на първия етап и предоставя в писмен вид окончателно редактирания документ с корекции и допълнения към тръжните условия, като тяхна неразделна част. В случаите, когато дадени оференти не присъствуват на конференцията, клиентът

изпраща и на тях съответните корекции и допълнения срещу задължителен писмен отговор за получаването им като предпоставка за допускане до участие в търга.

Тръжната процедура предвижда и случаи, при които клиентът не е в състояние или предпочита по определени съображения да отговори по-късно на определени въпроси. Това предполага прилагането на процедурата за контакти с оферентите по кореспондентски път.

Вън и независимо от коментираните по-горе възможности възможности, регламентирани в тръжните условия, в периода на подготовката на тръжната документация контракторите мобилизират и други ресурси на информацията – собствени фирмени представителства; посолства, търговско-икономически служби; кореспондентски бюра на банки; търговски палати, асоциации и др., трайно установени на територията на клиента; филиали и дъщерни предприятия, смесени фирми, изградени в страната на клиента и в района като цяло; посредници, които оферентите имат системно действащи връзки или привлечени за целта; установяване на контакти с представители на страната-клиент в международни организации (особено при крупните проекти, представляващи национален интерес за държавата на клиента) и др. Опитът показва, че пълноценното използване на посочените възможности е функция на компетентността и гъвкавостта на самата фирма-контрактор, на качествена и количествена характеристика на екипа, специално изграден за изработването на тръжната оферта, на мащабите и ефективността на трайно функционираща система от връзки на фирмата-контрактор с клиента, ведомства и организации в неговата страна и в района като цяло и безспорно от натрупания опит в областта на международната тръжна практика.

2.2.3. ПРЕДСТАВЯНЕ И ПОЛУЧАВАНЕ НА ТРЪЖНИ ОФЕРТИ

Едно от най-търсените формални изисквания на тръжните условия е депозирането на търговските предложения, носещи подписите на упълномощените за целта лица, на посоченото място и на строго фиксирана дата. Тръжната оферта може да бъде депозирана чрез изпращането ѝ по пощата или директно представена на организатора на търга. И в двата случая клиентът писмено потвърждава получаването ѝ. Оферентите са длъжни строго да спазват всички указания относно формата, в която следва да представят своите предложения – брой на пликовете, в които е поставена офертата,

обозначенията върху тях (адрес, шифър на търга, код на офернта, изричния надпис “Тръжни документи – да останат запечатани до датата на официалното откриване на търга” и др.). Организаторът на търга е длъжен да гарантира сигурността на офертите до официалното откриване на търга и като обичайна практика да напомни на оферентите, които не са представили своите оферти до три дни преди крайната дата за депозиране, че техните оферти не са пристигнали.

Офертите, несъответстващи на формалните изисквания за форма и срок на депозиране, се отклоняват от участие. Само при доказано форсмажорно обстоятелство за закъснение на дадена оферта, клиентът може да прецени възможностите да отсрочи отварянето на офертите до пристигането на закъснялата оферта.

2.2.4. ОТВАРЯНЕ НА ТРЪЖНИТЕ ОФЕРТИ

В международната практика е възприето отварянето на тръжните оферти да се осъществява в деня на крайната дата на депозирането им или най-късно в границите на 24 часа след нея. Това е продиктувано от установените обичаи оферентите да представят офертите в последните часове преди изтичането на крайната дата (по съображения да се отстранят всякакви възможности за изтичане на информацията), за да могат да присъствуват непосредствено на отварянето без допълнителни разходи за престой с страната на клиента. Офертите се отварят в присъствието на тръжна комисия, която процедира по един от посочените варианти (предварително формулиран в самите тръжни условия):

- **публично отваряне на офертите** – за целта се дава гласност в пресата възможността освен участващите страни (клиентът и оферентите) да присъствуват и представители на други заинтересовани фирми, организации, ведомства и др.;

- **ограничено отваряне на офертите**, или само в присъствието на клиента (т.е. на тръжната комисия и на поканените от клиента лица) и представители оферентите. Този вариант преобладава в съвременната практика;

- **частно отваряне на офертите** – единствено в присъствие на тръжната комисия и поканени от нея експерти за целта.

Стандартната процедура предвижда и в трите посочени погоре варианта след отваряне на пликите да бъдат съобщени имената на дисквалифицираните оференти и главно представена и нанесена в специален протокол следната информация от допуснатите оферти:

- име на оферента;
- дата на представяне на офертата;
- цена на офертата (обща стойност, предложена като офертна цена);
- цена на алтернативни оферти (ако се допускат такива);
- друг тип информация, специфична за дадения търг;
- констатация за комплектност на документите, образуващи по същество тръжната оферта.

Протоколът се подписва минимум от двама компетентни свидетели, най-често измежду ръководния персонал на самата фирма или организация – клиент или друго упълномощено за целта ведомство.

В зависимост от установената практика и традиции в страната на клиента тази информация може да бъде публикувана в специализираната преса или запазена за заинтересованите фирми или лица.

2.2.5. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА ТРЪЖНИТЕ ОФЕРТИ

С отварянето на офертите и нанасянето **на основната информация върху приетия за целта** документ започва периода на анализа и оценката на съдържанието от привлечени външни експерти.

Анализът и оценката почиват върху конкретни преговори на клиента с оферентите с цел да се изяснят редица моменти, предизвикващи въпроси в самите оферти и дефинират възможността и склоността на оферентите да внесат корекции и допълнения, резултиращи в осигуряването на приемливи условия за клиента. По същество това е период на оттъргуване на по-благоприятни условия и за самите оференти, в зависимост от обстоятелствата, възможностите и конкуренцията.

Критериите на анализа и оценките и методите за тяхното приложение са формулирани още в тръжните условия. При възможност данните да бъдат обработени на ЕИТ, в тръжните условия се поставят изисквания, свързани с формата на представяне на тръжните оферти, за да се осигурят необходимите предпоставки за машинна обработка. От позицията на клиента анализът и оценката на съдържанието и конкурентноспособността на отделните тръжни оферти за големите и сложни проекти е един трудоемък, продължителен и скъпо струващ процес, постигнал висока степен на точност и обхват поради широкото приложение на икономико-математическите модели и високопроизводителна техника. Независимо от възприетата технология и техника за осъществяване на анализа и

оценките клиентът внимателно претегля значението и съотношението в действието на факторите на ценовата е не ценовата конкуренция в следните основни направления:

- **технико-икономическа характеристика** – целта на анализа в тази насока е да разкрие съответствието между съдържанието на представените оферти и изискванията на клиентите в качествен аспект;

- **финансово осигуряване на изпълнението на проекта.** В тази насока на преден план се извеждат такива показатели като: предложени методи за финансиране и/или кредитиране на изпълнението на проекта; източниците на финансовите средства, в т.ч. на кредита (предвидено участие на самия контрактор, оценявано по величина, условия и форма; правителствен или банков кредит; национален или международен банков консорциум; кредит по линията на международни организации и др.); стойност на кредита и условия за погасяване; възможности за обвързани операции като елемент на ефективността на финансовото решение – компенсационни съглашения, насрещни сделки, бартер, лизингови операции и др.; методи и форми, периодичност и валута на плащанията и превод на сумите от страна на оферента; гаранции, предоставяни от контрактора на клиента във финансовите взаимоотношения между страните по сделката; условия за внасяне на изменения в договорената цена и в системата за осъществяване на плащанията и превод на сумите в страната на контрактора и др.;

- **обща оценка** – в това направление се оценява преди всичко съответствието между представените оферти и изискванията в общата част на тръжните условия и документите, параметриращи клаузите на бъдещия договор за изпълнение на поръчката. Конкретното внимание на тръжната комисия и експертите е насочено към валидността на документите, по съвкупност формулиращи тръжната оферта, отклоненията от тръжните условия – формулирани в протокол или в алтернативните предложения на оферентите и др.

Оценката на тръжните оферти приключва с избора на най-конкурентноспособната от позицията на клиента оферта. Факторите, които обуславят избора на клиент, не винаги обединяват обичайния и традиционен показател за конкурентноспособност – най-ниската предложена цена. Нещо повече, в редица случаи оферти със силно занижени цени се третират като несериозни от търговска гледна точка и се отклоняват от участие още в началния етап на анализа на предложенията, така както офертите с прекалено завишени стойности могат да предизвикат включването на съответните

оференти в “черния списък”. Последното обстоятелство означава излизането на подобни оференти от тържния пазар на съответния клиент (по същество и от пазара на целия район) за продължителен период от време.

2.2.6. СЪГЛАСУВАНЕ И ПОДПИСВАНЕ НА ДОГОВОРА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОРЪЧКАТА

На заключителният етап на тържната процедура клиентът прави своя избор и уведомява оферента, спечелил търга, по установения за това ред. Този ред обичайно предвижда два основни варианта: писмено, потвърждаващо намерението на клиента да сключи договор с въпросния оферент или писмо, с което клиентът акцептира отработения проектодоговор съгласно условията, приложени към тържните документи. При първия вариант клиентът изяснява единствено готовността си да сключи договор с дадения оферент, като посочва и редица условия, обуславящи тази възможност – указания относно осъществяването на някои видове дейности, свързани с последващото изпълнение на договора; необходимостта и базата за осъществяване на някои плащания, предшестващи сключването на договора, в случай на отказ на клиента да сключи договора след като е потвърдил готовността си за това на оферента, спечелил търга; възникналите за този оферент разходи са за сметка на клиента и др.

ГЛАВА ОСМА

ДОКУМЕНТИ ПРИ ВЪНШНОТЪРГОВСКИТЕ СДЕЛКИ

Документацията заема специфична роля при външнотърговските сделки. Доброто познаване на необходимите документи и начините за тяхната подготовка чувствително ускоряват външноикономическата дейност и нейната ефективност.

Отделните национални законодателства имат различни изисквания към формата и съдържанието на документите. През 1981 година Икономическата комисия на ООН прие окончателен вариант на стандартизиран формуляр-образец на ООН за международни търговски документи (Layout key for trade documents) (Вж. Приложение № 10).

Уеднаквяването на международно утвърдени бланки продължи със стандартизацията на елементите в тях – кодове, класификатори, номенклатури на стоки, условия на доставка и на плащане, мерни единици, опаковки, видове транспорт и др. Необходимо е данните в документите (имена, адреси, описания на стоки, условия на доставка и пр.) да бъдат изписани точно и изчерпателно, като се добавят българските и международно приетите кодове, класификатори, номенклатури на валутите, мерките и т.н.

С появата на “високите комуникационни технологии” започна въвеждането на нови начини за събиране, предаване, съхраняване и извличане на данни. Традиционните документи върху хартия постепенно се заменят със стандартизирани електронни съобщения.

Като резултат от работата по опростяване и уеднаквяване на процедурите в международния обмен на търговските документи се прие групировъчния принцип. Популярност доби групирането на документацията по етапите на външнотърговската сделка – подготовка, сключване и изпълнение. На последния етап от външнотърговската сделка се попълват и обработват т.н. стоково-разпределителни документи, които се използват за идентифициране на стоките и дават право на приносителите им да се разпореждат с тях. Тези документи се подразделят на: **стокови, застрахователни, транспортни, митнически.**

1. СТОКОВИ ДОКУМЕНТИ

Включват экспортна фактура, удостоверение за износ/внос, экспорт-лиценз, удостоверение за произход, различни видове сертификати, спецификация и др.

Експортна (търговска) фактура е основният стоково-разпределителен документ. Издава се в писмен вид от продавача/износителя след натоварване и експедиране) на стоката на името на купувача/вносителя. Въз основа на нея купувачът/вносителят получава правото на владение и на разпореждане с експедираната стока и извършва необходимите плащания.

Експортната фактура има няколко разновидности – *проформа-фактура* и *консулска фактура*.

Проформа-фактурата съдържа всички основни елементи на външнотърговската сделка и се различава единствено по думата “проформа”. Тя може да прилага като своеобразна форма на оферта от продавача/износителя към купувача/вносителя; да се използва при получаване на удостоверение за внос, разрешение за валутен обмен в страни с валутни ограничения; да придружава мостри и т.н.

Консулска фактура обикновено е копие на экспортната фактура, заверено от консулската служба на страната-вносител. С нея се удостоверява истинността на данните по доставката на стоката (специално цената, общата стойност на сделката, произхода на стоката).

Удостоверение за износ/внос е необходим стокос документ за външнотърговски сделки, които са обект на ограничителни режими (регистрационен, разрешителен) и на квоти.

Експорт-лицензът също има отношение към нетарифните ограничения при външноикономическата дейност. Неговото издаване е свързано с участието в търг/конкурс за получаване на дял от квота за износ или за внос на определена стока или за определена цена.

Със **сертификатът за произход** се удостоверява произходът на една стока, която се изнася в чужбина; служи пред митническите органи. Той е събирателно понятие, което включва няколко вида документи.

Към стокосите документи спада също **спецификацията**, която допълва экспортната фактура, митническата декларация, удостоверението за износ/внос и др. Съдържа подробно описание на експедираните стоки, количеството и цената им. **Опаковъчен лист** се попълва, когато в пратката има различен асортимент от еднородни стоки. В него се дават сведения за наименованието, за асортимент

мента и за различните количества от всеки вид и асортимент. Задължително един екземпляр от опаковъчния лист да се поставя в съответната опаковка или в амбалажа.

Сертификатът за тегло (тегловна нота) удостоверява теглото на стоката по сделката – общо и по отделни опаковки.

Сертификат за качество удостоверява качеството на изнасяната стока. Издава се от компетентни органи.

Фитосанитарният сертификат е документ, който удостоверява, че стоките от растителен произход, обект на външнотърговска сделка, са прегледани и не са заразени с растителни болести и с вредители.

2. ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ ДОКУМЕНТИ (“Карго” застраховка)

“Карго” е застраховане на стока (товар) по време на превоз, която е предмет на внос, износ или на реекспорт. Документите, които са свързани с него са *застрахователно писмо, застрахователна полица и застрахователен сертификат*.

Застрахователният договор се смята за сключен с издаването на застрахователна полица, но влиза в сила едва след плащането на първата застрахователна премия. **Рисковете се посочват** в самата полица **абсолютно точно по естество и размер**.

Застрахователното писмо се изготвя от застрахователен агент като предварително съобщение за предстоящо сключване на застраховка и изготвяне на застрахователна полица. В него не съдържат всички подробности и не се смята от банките за достатъчно доказателство за сключена застраховка. Документът се издава от трета страна – брокер, а не от застрахователя, при настъпване на застрахователното събитие е предявен иск, възможно е отговорност да носи брокерът, а не застрахователната компания.

Застрахователна полица – основен документ, който се издава от застрахователя и съдържа условията на сключения застрахователен договор. Представлява ценна книга и се изисква при международните плащания. Застрахователните полици са различни видове: *абонаментна, генерална, единична*.

При *абонаментната полица* застрахователят поема риска за определен* период от време (най-често една година).

Застрахователната *генерална полица* покрива рисковете по поредица от еднообразни операции за определен период от време.

Единичната застрахователна полица се издава за определен превозен маршрут, време и стока.

Застрахователният сертификат (застрахователно свидетелство) се издава от застрахователя; удостоверява сключването на застрахователен договор и съдържа неговите условия. Сертификатът замества застрахователната полица и може при продажба на стоката да се прехвърля на новия купувач. Той не е застрахователен документ и следва да бъде заменен със застрахователна полица.

Преди сключването на “Карго” застраховката, **застрахователят е длъжен** да съобщи на застрахователната компания:

- Вида и теглото на товара, броя на колетите, маркировката;
- Вида, името, марката, номера, отличителните знаци на превозното средство;
- Начина на превозване на товара (в открити вагони, в камиони, на палуба на кораб и т.н.);
- Номер и дата на превозния документ;
- Място на започване и на завършване на превоза, на претоварване;
- Застрахователната сума;
- Рисковете, срещу които желае товарът да бъде застрахован;
- Всички обстоятелства, които са му известни и имат съществено значение за преценяване на риска и на условията за сключване на застраховката.

3. ТРАНСПОРТНИ ДОКУМЕНТИ

Международният превоз на стоки играе особено голяма роля при ефективността на международния икономически обмен. Транспортните процедури включват избор и договаряне на транспортните услуги, определяне на отговорността за стоките при транспортирането им, регистриране на превозваните стоки, информация за предписаните действия и искания за заплащане на извършените услуги.

Съществуват международни договорености за класифициране на документите, използвани при транспорта, на няколко групи:

- Договорни документи – коносамент, товарителница, жп товарителница – CIM, автомобилна товарителница – CMR, въздушна товарителница, авизо за пощенска пратка, транспортни документи за комбинирани превози, многофункционални – за повече от едно от тези приложения;

- Документи за получаване – капитанска разписка, дубликати на жп и на автомобилна товарителница;
- Документи за съдържание – карго, превозен и контейнер манифести и бордера;
- Документи за пристигане на стоката – авизо за пристигане;
- Товарна фактура.

Договорът за превоз се сключва между превозвача и товародателя за превозване на стоки в определен срок, при спазване на известни условия и срещу заплащане на определено възнаграждение. Превозвачът поема задължението да полага грижи за опазване на стоката, докато тя се намира под негово разпореждане. Възнаграждението се нарича навло.

Общото название на договорния документ за превоз е **товарителница**. В зависимост от транспортното средство има **въздушна, жп, автомобилна и речна (рецепис)**.

Най-често използваният договорен транспортен документ е морската товарителница (**коносамент**). Съдържа пълно описание на стоката, товарното и разтоварното пристанище и други условия на договора. Според възможностите му за прехвърлянето му има коносамент на **приносител**, коносамент на **заповед**, **поименен** коносамент. Известни са още: **чист** коносамент – без забележки за състоянието на стоката, приета за превоз по море; коносамент **със забележки** за констатирани при товаренето на стоката външни дефекти. При запис в коносамента – “навло платено”, документът се получава **само след заплащане на навлото**. Възможна е и друга уговорка – “навло платено в местоназначението”.

Документът удостоверяващ приемането на стоката на склад се нарича **варант**. Представлява стоково-разпределителен документ. Състои се от две части: **складово свидетелство и свидетелство за залог**.

Прехвърлянето на собствеността върху стоки, превозвани по море или депозирани в митнически склад се осъществява чрез документ наречен **деливъри ордър**. По своята същност не е ценна книга, а служи само за освобождаване на стоката.

В международната практика се прилага и т.н. **коносамент ФИАТА**, признат от международния банков съюз. Срещу него продавачът/износителят може да уреди незабавно плащане от страна на купувача/вносителя при предаване на товара на следиторска компания.

4. МИТНИЧЕСКИ ДОКУМЕНТИ

Митническата декларация е основен митнически документ, който урежда митническия режим в дадена страна.

За осъществяване на външнотърговски сделки съществуват други, по-специфични митнически документи.

Карнет ТИР е международен документ за митнически транзит при превоз на товари по шосе. Не се извършва митническа проверка от отправното до получаващото митническо бюро при преминаването на съответния товар през една или повече граници без претоварване. Издава се въз основа на Международна митническа конвенция за международен транспорт на стоки по шосе и важи за държавите, участващи в конвенцията. Всяка страна, участник в конвенцията, публикува списък на отправните, на транзитните и на получаващите митнически бюра, които е определила за извършване на операции по карнети ТИР.

Карнет ТИР представлява книжка с две корици и определен брой листа, в зависимост от броя на страните, през които ще премине автомобилът. Попълва се след митнически контрол и след пломбирането на товарния автомобил. За всяко превозно средство се изготвя само един карнет ТИР. Валиден е за едно пътуване до приключване на операцията в получаващото митническо бюро. На отправното митническо бюро служителят се подписва, поставя печат с дата в долната част на **манифеста**⁹¹ на всички отрязъци. На предната и на задната част на автомобила се поставя табела "TIR".

Друг международен митнически документ е **карнет АТА**. Той е унифициран гаранционен документ за временен износ, внос и транзитен превоз без допълнителни митнически формалности и без обмитяване.

Рамките на приложение на карнет АТА в отделните страни са различни, следователно всяка фирма следва да се осведоми от митническите органи за ограниченията на приложение на карнет АТА в конкретната страна.

Основно задължение на притежателя на карнет АТА е да върне обратно стоката и да я реекспортира. Не може да се просрочва времето, определено за реекспорт на стоки, внасяни с карнет АТА.

⁹¹ Манифестът като официален документ служи на превозвача да обявява това – номер на транспортния документ, вид, обем и тегло на товарите, брой на пакетите, име на изпращача и на получателя. По принцип служи за база при обмитяването на стоките.

Приложение № 1

Наименование и код на страните

1	Австралия	AU	036	Australia
2	Австрия	AT	040	Austria
3	Азербайджан	AZ	031	Azerbaijan
4	Албания	AL	008	Albania
5	Алжир	DZ	012	Algeria
6	Аnguила	AI	660	Anguilla
7	Ангола	AO	024	Angola
8	Андора	AD	020	Andorra
9	Антарктида	AQ	010	Antarctica
10	Антигуа и Барбуда	AG	028	Antigua and Barbuda
11	Аржентина	AR	032	Argentina
12	Армения	AM	051	Armenia
13	Аруба	AW	533	Aruba
14	Афганистан	AF	004	Afghanistan
15	Бангладеш	BD	050	Bangladesh
16	Барбейдос	BB	052	Barbados
17	Бахамски о-ви	BS	044	Bahamas
18	Бахрейн	BH	048	Bahrain
19	Белгия	BE	056	Belgium
20	Белиз	BZ	084	Belize
21	Белорус	BY	112	Belarus
22	Бенин	BJ	204	Benin
23	Бермудски о-ви	BM	060	Bermuda
24	Боливия	BO	068	Bolivia
25	Босна и Херцеговина	BA	070	Bosnia and Herzegovina
26	Ботсуана	BW	072	Botswana
27	Бразилия	BR	076	Brazil
28	Британска терит. в Инд. Океан	IO	086	British Indian Ocean Territ.
29	Бруней Даруссалам	BN	096	Brunei Darussalam
30	Буве, о-в	BV	074	Bouvet Island
31	Буркина Фасо	BF	854	Burkina Faso
32	Бурунди	BI	108	Burundi
33	Бутан	BT	064	Bhutan
34	България	BG	100	Bulgaria

35	Вануату	VU	548	Vanuatu
36	Ватикана	VA	336	Vatican City State
37	Великобритания	GB	826	United Kingdom
38	Венесуела	VE	862	Venezuela
39	Виетнам	VN	704	Vietnam
40	Виржински о-ви (Брит.)	VG	092	British Virgin Islands
41	Виржински о-ви (САЩ)	VI	850	Virgin Islands U.S.
42	Габон	GA	266	Gabun
43	Гамбия	GM	270	Gambia
44	Гана	GH	288	Ghana
45	Гаяна	GY	328	Guyana
46	Гваделупа	GP	312	Guadeloupe
47	Гватемала	GT	320	Guatemala
48	Гвинея	GN	324	Guinea
49	Гвиния-Бисау	GVV	624	Guinea-Bissau
50	Германия	DE	276	German
51	Гибралтар	GI	292	Gibraltar
52	Гренада	GD	308	Grenada
53	Гренландия	GL	304	Greenland
54	Грузия	GE	268	Georgia
55	Гуам, о-в	GU	316	Guam
56	Гърция	GR	300	Greece
57	Дания	DK	208	Denmark
58	Джибути	DJ	262	Djibouti
59	Доминика	DM	212	Dominica
60	Доминиканска република	DO	214	Dominican Republic
61	Египет	EG	818	Egypt
62	Еквадор	EC	218	Ecuador
63	Екваториална Гвинея	GQ	226	Equatorial Guinea
64	Еритерия	ER	232	Eritrea
65	Естония	EE	233	Estonia
66	Етиопия	ET	231	Ethiopia
67	Заир	ZR	180	Zaire
68	Замбия	ZM	894	Zambia
69	Западна Сахара	EH	732	Western Sahara
70	Зимбабве	ZW	716	Zimbabwe

71	Израел	IL	376	Israel
72	Източен Тимор	TP	626	East Timor
73	Източно Самоа	AS	016	American Samoa
74	Индия	IN	356	India
75	Индонезия	ID	360	Indonesia
76	Ирак	IQ	368	Iraq
77	Иран	IR	364	Iran
78	Ирландия (Ейре)	IE	372	Ireland
79	Исландия	IS	352	Iceland
80	Испания	ES	724	Spain
81	Италия	IT	380	Italy
82	Йемен	YE	887	Yemen
83	Йордания	JO	400	Jordan
84	Кабо Верде	CV	132	Cape Verde
85	Казахстан	K.Z	398	Kazakhstan
86	Кайманови о-ви	KY	136	Cayman Islands
87	Камерун	CM	120	Cameroon
88	Камбоджа	KH	116	Cambodia
89	Канада	CA	124	Canada
90	Катар	QA	634	Qatar
91	Кения	KE	404	Kenya
92	Кипър	CY	196	Cyprus
93	Кирибати	KI	296	Kiribati
94	Киргистан	KG	417	Kyrgyzstan
95	Китай	CN	156	China
96	Кокосови о-ви	CC	166	Cocos Islands
97	Колумбия	CO	170	Colombia
98	Коморски о-ви	KM	174	Comoros
99	Конго	CG	178	Congo
100	КДНР	KP	408	Korea
101	Корея, Република	KR	410	Korea, Republic
102	Коста Рика	CR	188	Costa Rica
103	Кот д'Ивоар	CI	192	Cote d'Ivoire
104	Куба	CU	192	Cuba
105	Кувейт	KW	414	Kuwait
106	Кук, о-ви	CK	184	Cook Islands
107	Лаос	LA	418	Lao Peoples DR
108	Латвия	LV	428	Latvia
109	Лесото	LS	426	Lesotho
110	Либерия	LR	430	Liberia

111	Либия	LY	434	Libyan Arab Jamahiriya
112	Ливан	LB	422	Lebanon
113	Литва	LT	440	Lithuania
114	Лихтенщайн	LI	438	Liechtenstein
115	Люксембург	LU	442	Luxembourg
116	Мавритания	MR	478	Mauritania
117	Мавриций	MU	480	Mauritius
118	Мадагаскар	MG	450	Madagascar
119	Майот	YT	175	Mayotte
120	Македония		892	Macedonia
121	Малави	MW	454	Malawi
122	Малайзия	MY	458	Malaysia
123	Малдиви	MV	462	Maldives
124	Мали	ML	466	Mali
125	Малки о-ви, принадл. САЩ	UM	581	United States Minor
126	Малта	MT	470	Malta
127	Макао	MO	446	Macao
128	Мароко	MA	504	Morocco
129	Маршалски о-ви	MH	584	Marshall Islands
130	Мартиника	MQ	474	Martinique
131	Мексико	MX	484	Mexico
132	Мианма	MM	104	Myanmar (Burma)
133	Микронезия	FM	583	Micronesia
134	Мозамбик	MZ	508	Mozambique
135	Молдова	MD	498	Moldova
136	Монако	MC	492	Monaco
137	Монголия	MN	496	Mongolia
138	Монтсерат	MS	500	Montserrat
139	Ниуе	NU	570	Niue
140	Намибия	NA	516	Namibia
141	Науру	NR	520	Nauru
142	Непал	NP	524	Nepal
143	Нигер	NE	562	Niger
144	Нигерия	NG	566	Nigeria
145	Нидерландски антили	AN	530	Netherlands Antilles
146	Нидерландия	NL	528	Netherlands
147	Никарагуа	NI	558	Nicaragua

148	Нова Зеландия	NZ	554	New Zealand
149	Нова Каледония	NC	540	New Caledonia
150	Норвегия	NO	578	Norway
151	Норфолк, о-в	NF	574	Norfolk Islands
152	ОЕА	AE	784	United Arab States
153	Оман	OM	512	Oman
154	Пакистан	PK	586	Pakistan
155	Палау	PW	585	Palau
156	Панама	PA	591	Panama
157	Папуа Нова Гвинея	PG	598	Papua New Guinea
158	Парагвай	PY	600	Paraguay
159	Перу	PE	604	Peru
160	Питкърн	PN	612	Pitcairn
161	Полша	PL	616	Poland
162	Португалия	PT	620	Portugal
163	Пуерто Рико	PR	630	Puerto Rico
164	Реюнион	RE	638	Reunion
165	Рождество, о-в	CX	162	Christmas Island
166	Руанда	RW	646	Rwanda
167	Румъния	RO	642	Romania
168	Руска Федерация	RU	643	Russian Federation
169	Салвадор	SV	222	El Salvador
170	Самоа	WS	882	Samoa
171	Сан Марино	SM	674	San Marino
172	Сао Томе и Принсипи	ST	678	Sao Tome and Principe
173	Саудитска Арабия	SA	682	Saudi Arabia
174	Свалбар и Ян Майен, о-ви	SJ	744	Svalbard & Jan Mayen Islands
175	Света Елена	SH	654	St. Helena
176	Северни Мариански о-ви	MP	580	Northern Mariana Islands
177	Сейшели	SC	690	Seychelles
178	Сейнт-Винсент и Гренадини	VC	670	Saint Vincent & the Grenadines
179	Сейнт Китс Нейвис	KN	659	Saint Kitts and Nevis
180	Сейнт-Лусия	LC	662	Saint Lucia
181	Сенегал	SN	686	Senegal
182	Сен Пиер и Микелон	PM	666	St. Pierre et Miquelon

183	Сиера Леоне	SL	694	Sierra Leone
184	Сингапур	SG	702	Singapore
185	Сирия	SY	760	Syrian Arab Republic
186	Словакия	SK	703	Slovakia
187	Словения	SI	705	Slovenia
188	Соломонови о-ви	SB	090	Solomon Islands
189	Сомалия	SO	706	Somalia
190	Суазиленд	SZ	748	Swaziland
191	Судан	SD	736	Sudan
192	Суринам	SR	740	Suriname
193	САЩ	US	840	Unites States
194	Таджикистан	TJ	762	Tajikistan
195	Тайван, Кит. Провинция	TW	158	Taiwan
196	Тайланд	TH	764	Thailand
197	Танзания	TZ	834	Tanzania
198	Того	TG	768	Togo
199	Токелау	TK	772	Tokelau
200	Тонга	TO	776	Tonga
201	Тринидад и Табаго	TT	780	Trinidad and Tobago
202	Тувалу	TV	798	Tuvalu
203	Тунис	TN	788	Tunisia
204	Турция	TR	792	Turkev
205	Туркменистан	TM	795	Turkmenistan
206	Търкс и Кайкос, о-ви	TC	796	Turks and Caicos Islands
207	Уганда	UG	800	Uganda
208	Узбекистан	UZ	860	Uzbekistan
209	Украйна	UA	804	Ukraine
210	Унгария	HU	348	Hungary
211	Уолис и Футуна, о-ви	WF	876	Wallis and Futuna Islands
212	Уругвай	UY	858	Urugiiay
213	Ферьорски о-ви	FO	234	Faroe Islands
214	Фиджи	FJ	242	Fiji
215	Филипини	PH	608	Philippines
216	Финландия	FI	246	Finland
217	Фолкландски (мал-вински) о-ви	FK	238	Falkland Islands (Malvinas)
218	Франция	FR	250	France

219	Франция, Метрополия	FX	249	France. Metropolitan
220	Френска Гиана	GF	254	French Guyana
221	Френска Полинезия	PF	258	French Polynesia
222	Френски южни територии	TF	260	French Southern Territory
223	Хаити	HT	332	Haiti
224	Хърд и Макдоналд о-ви	HM	334	Heard and McDonald Islands
225	Хонконг	HK	344	Hong Kong
226	Хондурас	HN	340	Honduras
227	Хърватско	HR	191	Croatia
228	Централно афри- канска република	CF	140	Central African Republic
229	Чад	TD	148	Chad
300	Чешка република	CZ	203	Czechoslovakia
301	Чили	CL	152	Chile
302	Швейцария	CH	756	Switzerland
303	Швеция	SE	752	Sweden
304	Шри Ланка	LK	144	Sri Lanka
305	Югославия	YU	891	Yugoslavia
306	Южна Африка	ZA	710	South Africa
307	Южна Джорджия и Южни Сандвичеви о-ви	GS	239	South Georgia and Southern sandwich Islands
308	Ямайка	JM	388	Jamaica
309	Япония	JP	392	Japan

Запитване

ABC, ООД	ул. "Освобождение" 13, София, България	
тел. 1111 1111		факс: 111 122
До A&BLTD 120 Mills Road, AM14, London U.K.		30 януари 2004
<i>Уважаеми господа,</i>		
<i>Имаме удоволствието да В и съобщим, че вашите костюми бяха посрещнати много добре на българския пазар.</i>		
<i>Бихме искали да получим Вашата оферта за 300 дамски шилфера, кат. № 096 разпределени по равно в три размера "S", "M", "L".</i>		
<i>Предлагаме плащането на цялата стойност на доставката да се извърши след експедирането на стоката. Останалите условия могат да се запазят така, както са установени в досегашната ни практика. Ако вие желаете промяна на някои от условията, моля да ни информирате своевременно.</i>		
<i>Очакваме оферта.</i>		
<i>С уважение,</i>		

Конкретно запитване

ABC, ООД	ул. "Освобождение" 13, София, България	
тел. 1111 1111		факс: 111 122
До A&BLTD 120 Mills Road, AM14, London U.K.		30 януари 2004
<i>Уважаеми господа,</i>		
<i>Имаме удоволствието да В и съобщим, че вашите костюми бяха посрещнати много добре на българския пазар.</i>		
<i>Бихме искали да получим Вашата оферта за 300 дамски шилфера, кат. № 096 разпределени по равно в три размера "S", "M", "L".</i>		
<i>Предлагаме плащането на цялата стойност на доставката да се извърши след експедирането на стоката. Останалите условия могат да се запазят така, както са установени в досегашната ни практика. Ако вие желаете промяна на някои от условията, моля да ни информирате своевременно.</i>		
<i>Очакваме оферта.</i>		
<i>С уважение,</i>		

Отговор на запитването

A&BLTD

1200 MILLS ROAD, AM14, LONDON, TEL.: +444 8881 565655, FAX: 8156565765

До
ABC ООД
ул. "Освобождение" 13
София, България

20 януари 2004

Уважаеми господа,

Благодарим за Вашето запитване от 13/01/2004 и за положителната оценка за нашата експозиция на Международния панаир.

Изпращам Ви каталога за пролетно-лятната колекция за 2004 г. и ценовата листа за периода януари-юни 2004 г.

Бихме желали да Ви уведомим, че сме готови да изпълним Вашата поръчка в срок от 30 дни, след като получим плащане на 50% от стойността на доставката.

В очакване на вашия отговор оставаме.

С уважение,

Поръчка

АВС, ООД

ул. "Освобождение" 13, София, България
 тел. 1111 1111 факс: 111 122

До
 A&BLTD
 120 Mills Road,
 AM14, London
 U.K.

25 януари 2004

Уважаеми господо,

*Благодарим за каталога и ценовата листа, която ни предоставихте.
 Приложена Ви изпращаме нашата поръчка за първата доставка през месец март. Поръчките за м.
 април и м. май ще изпратим до края на следващият месец.
 Очакваме вашето потвърждение.*

Приложение: Поръчка за доставка на дамски костюми за м. март.

С уважение,

АВС, ООД

ул. "Освобождение" 13, София, България
 тел. 1111 1111 факс: 111 122

До
 A&BLTD
 120 Mills Road,
 AM14, London
 U.K.

ПОРЪЧКА
 № 00881
 Дата: 25/01/04

25 януари 2004

Стока	Количество (бр.)	Единична цена (EUR)	Обща стойност (EUR)
Дамски костюм, кат. № 27, размер S	50	70	3 500,00
Дамски костюм, кат. № 29, размер M	100	70	7 000,00
Дамски костюм, кат. № 31, размер L	50	80	4 000,00
		Обща стойност:	14 500,00

Транспорт: автомобилен
 Срок на доставката: 30 дни след превеждане на аванса
 Условия на доставката: EXW
 Плащане: - аванс – EUR 7 250,00 до 5 банкови дни след потвърждаване на поръчката
- окончателно плащане – EUR 7 250,00 до 5 банкови дни след експедиране на доставката с ТТ

Приложение № 4

Твърда оферта

A&BLTD			
<u>1200 MILLS ROAD, AM14, LONDON, TEL.: +444 8881 565655, FAX: 4481 56565765</u>			
До ABC ООД ул. "Освобождение" 13 София, България		03 февруари 2004	
<i>Уважаеми господа,</i>			
<i>Благодарим за Вашето запитване от 30.01.2004. Радваме се за добрия прием на нашите стоки на българския пазар и за възможността да разширим нашите делови контакти.</i>			
<i>Приемаме искането Ви за промяна схемата на плащане и срока на доставката.</i>			
<i>Предлагаме да ви доставим исканите от вас илифери при следните условия:</i>			
Stоka	Количество (бр.)	Единична цена (EUR)	Обща стойност (EUR)
Дамски костюм, кат. № 27, размер S	50	70	3 500,00
Дамски костюм, кат. № 29, размер M	100	70	7 000,00
Дамски костюм, кат. № 31, размер L	50	80	4 000,00
		Обща стойност:	14 500,00
Транспорт:	автомобилен		
Условия на доставката:	EXW		
Плащане:	след експедиране на доставката с ТТ		
Настоящото предложение е валидно до 13/02/04 г.			
Очакваме Вашето потвърждение.			
		С уважение,	

Приложение № 5

Свободна оферта

A&BLTD	
<u>1200 MILLS ROAD, AM14, LONDON, TEL.: +444 8881 565655, FAX: 4481 56565765</u>	
До ВВВ ООД ул. "Освобождение" 13 София, България	03 февруари 2004
<i>Уважаеми господа,</i>	
<i>От нашия български партньор фирма ABC ООД получихме информация, че Вашата фирма е сред водещите български компании в търговията с детско и юношеско облекло.</i>	
<i>Ние сме утвърден производител на детска и юношеска конфекция. Нашата продукция се продава успешно не само в Англия, но и на пазарите в страните от Европа и Северна Африка от десетилетия.</i>	
<i>Изпращаме Ви нашия последен каталог от детски и юношески облекла за сезона пролет/лято 2004 г.</i>	
<i>В случай, че някои от стоките представляват интерес за вас, сме готови незабавно да Ви изпратим подробна информация за нашите търговски условия.</i>	
<i>В очакване на Вашия бърз отговор оставаме.</i>	
<i>Благодарим за Вашето запитване от 30.01.2004. Радваме се за добрия прием на нашите стоки на българския пазар и за възможността да разширим нашите делови контакти.</i>	
<i>С уважение,</i>	

Приложение 6

Образец за спецификация

<i>СПЕЦИФИКАЦИЯ</i>				
<i>на доставката съгласно договор за продажба между ABC ООД и ZXCLTD от 03.01.2004 година</i>				
<i>Вид на стоката</i>	<i>Мерна единица</i>	<i>Количество</i>	<i>Единична цена</i>	<i>Обща стойност</i>
<i>1.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>
<i>2.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>
<i>3.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>
<i>ВСИЧКО:</i>				<i>.....</i>
<i>ПРОДАВАЧ:</i> <i>ABC ООД</i>			<i>КУПУВАЧ:</i> <i>ZXCLTD</i>	

Образец на нареждане за превод

До
(име и адрес на обслужващата банка)

Уважаеми господа,
Моля да преведете сумата от \$ xxx,xxx.xx на фирма ZXCLTD, като задължите наша сметка № 0000000000.

Банковите детайли на бенефициента са:
..... (име и адрес на банката на продавача)
..... (номер на банковата сметка)
..... (фирмено наименование на бенефициента)

Преводът е за уреждане на дължимо плащане съгласно приложената фактура (№ и дата).

Банковите разноски са (за наша сметка/за сметка на бенефициента).

Приложение: Фактура (№ и дата)

.....
(дата)

Подпис:

Образец на нареждане за откриване на акредитив

До
(име и адрес на обслужващата банка)

Уважаеми господа,

Моля да откриете (вид на акредитива) документарен акредитив в полза на (име и адрес на бенефициента) при (име и адрес на банката на бенефициента), валиден до (брой дни) от датата на откриването, и стойност (сума цифром и словом и валута на плащане).

Акредитивът покрива доставката на (кратко описание на стоката, цената, франкировката).

Плащането да се извърши (напр. "на виждане") срещу представяне на следните документи:

1. Експортна фактура в екземпляра.
2. (транспортен документ)
3. (застрахователен документ при франкировки CIF/CIP)
4. (други документи)

Частични доставки са (не са) позволени. Претоварване е (не е) позволено.

Сделката е окончателно оформена и се налага откриването на акредитив. Всички операции по акредитива се извършват за наша сметка, риск и отговорност.

Заявяваме, че ако в срок от пет работни дни от получаването на документите по вноса не направим възражение, приемаме тяхната редовност и одобряваме плащането.

С равностойността на акредитивната сума и с разностите по откриването задължете нашата сметка (№ на сметката).

Дата

Подпис:.....

Приложение № 7

Наименование и код на мерните единици

Ампер	AMP	260	Ampere
Ампер-час (3,6 кС)	AMH	263	Ampere-hour (3,6 кС)
Ар (100 м ²)	ARE	109	Are (100 m ²)
Атмосфера (10,13,25 Pa)	ATM	300	Stand. Atmosph. (10,13,25 Pa)
Бар	BAR	309	Bar
Бекерел	BQL	323	Becquerel
Бобина	NBB	616	Number of bobbins
Брой	PCE	796	Piece
Бруто регистър тон	GRT	181	Gros (register) ton
Бушел (35,23,91 dm ³)	BUA	150	Bushel (35,23,91 dm ³)
Бушел (36,36874 dm ³)	BUI	140	Bushel (36,36874 dm ³)
Ват	WTT	212	Watt
Ват-час	WHR	243	Watt-hour
Водоизместимост	DPT	184	Displacement tonnage
Волт	VLT	222	Volt
Галон (4,546092 dm ³)	GLI	139	Gallon (4,546092 dm ³)
Гигабекерел	GBQ	302	Gigabecquerel
Гигавт-час (1 милион kW/h)	GWH	247	Gig. W-hour(1 million kW/li)
Година	ANN	366	Year
Грам	GRM	163	Gram
Декада (10 години)	DEC	368	Decade (ten years)
Декар	DAA	058	Dccare
Денонощие	DAY	359	Day
Десет чифта	TPR	732	Ten pairs
Десетдневка	DAD	361	Ten days
Децилитър	DLT	118	Deciliter
Дециметър	DMT	005	Decimeter
Джаул	JOU	271	Joule
Дузина	DZN	641	Dozen
Дузина руло ни	DRL	737	Dozen rolls
Дузина чифта	DPR	733	Dozen pairs
Елемент	NCL	745	Number of cells
Изделие	NAR	657	Number of articles
Инч (25,4 мм)	1NH	039	Inch (25,4 mm)

Квадратен дециметър	DMK	053	Square decimeter
Квадратен инч	INK	071	Square inch
Квадратен километър	KMK	061	Square kilometer
Квадратен метър	MTK	055	Square meter
Квадратен милиметър	MMK	050	Square millimeter
Квадратен сантиметър	CMK	051	Square centimeter
Квадратен фут	FTK	073	Square foot
Квадратен ярд	YDK	075	Square yard
Квадратна миля	MIK	079	Square mile
Келвин	KEL	288	Kelvin
Килобар	KBA	312	Kilobar
Киловар	KVR	230	Kilovar
Киловат	KWT	214	Kilowatt
Киловат-час	KWH	245	Kilowatt-hour
Киловолт	KVT	223	Kilovolt
Килово лт-а м пер	KVA	227	Kilovolt-ampere
Килограм	KGM	166	Kilogram
Килограм на куб. Метър	KMQ	316	Kilogram per cubic meter
Килоджаул	KJO	273	Kilojoule
Километър	KMT	008	Kilometer
Кметър в час	KMH	333	Kilometer per hour
Килопаскал	KPA	297	Kilopascal
Килотон	KTN	170	Kiloton
Килохерц	KHZ	291	Kilohertz
Колетна пратка	NPL	734	Number of parcels
Кубичен дециметър	DMQ	112	Cubic decimeter
Кубичен инч	INQ	131	Cubic inch
Кубичен метър	MTQ	113	Cubic meter
Кубичен метър в секунда	MQS	596	Cubic meter per second
Кубичен метър в час	MQH	598	Cubic meter per hour
Кубичен милиметър	MMQ	110	Cubic millimeter
Кубичен сантиметър	CMQ	111	Cubic centimeter
Кубичен фут	FTQ	132	Cubic foot
Кубичен ярд	YDQ	133	Cubic yard
Кулон	COU	270	Coulomb
Кюри	CUR	305	Curie
Литър (1 dm ³)	LTR	112	Liter (1dm ³)
Лукс	LUX	283	Lux
Лумен	LUM	284	Lumen

Мегават	MAW	215	Megawatt
Магават-час (1000 kW/h)	MAW	215	Megawatt-hour (1000 kW/li)
Магаволт-ампер (1000 KVA)	MVA	228	Megavolt-ampere (1000 KVA)
Мегалитър	MAL	126	Megaliter
Мегапаскал	MPA	298	Megapascal
Мегахерц	MHZ	292	Megahertz
Месец	MON	362	Month
Метр. Карат (200мг.=2.10 ⁴ кг.)	CTM	162	Metr.carat (200Mg.=2.10 ⁴ kg.)
Метър	MTR	006	Meter
Метър в секунда	MTS	328	Meter per second
Милиард	MLD	800	Milliard
Милибар	MBR	308	Millibar
Милиграм	MGM	161	Milligram
Миликюри	MCU	304	Millicurie
Милilitър	MLT	111	Milliliter
Милиметър	MMT	003	Millimeter
Милион	MIO	799	Million
Милион кубични метра	HMQ	159	Million cubic meters
Минута	MIN	355	Minute
Нето регистър тон	NTT	182	Net (register) ton
Номер	NMB	796	Number
Нютон	NEW	289	Newton
Оборот в минута	RPM	331	Revolution per minute
Оборот в секунда	RPS	330	Revolution per second
Ом	OHM	274	Ohm
Опаковка	NMP	778	Number of packs
Паскал	PAL	294	Pascal
Полугодие (шест месеца)	SAN	365	Half year
Рулон	NRL	736	Number of rolls
Сантиграм	CGM	173	Centigram
Сантиметър	CMT	004	Centimeter
Седмица	WEE	360	Week
Секунда	SEC	354	Second
Сименс	SIE	296	Seimens
Сто опаковки	CNP	781	Hundred packs
Сто сандъка	BHX	683	Hundred boxes

Техн. атмосфера (98066,5 Pa)	ATT	301	Techn. Atmosph. (98066,5 Pa)
Товароподем. в метрични тона	CCT	185	Carrying capacity
Тон (1000 кг.)	TNE	168	Tone
Тримесечие	QAN	364	Quarter (of a year)
Трой-унция			
Трой-фунт, US (373, 242 г.)	APZ	201	Troy ounce
Унция GB, US (28,349523 g)	LBT	202	Troy pound, US
Фарад	FAR	314	Farad
Фаренхайт градус	FAH	281	Degree Fahrenheit
Фрахтов тон	SHT	183	Shipping ton
Фут (0,3048 м)	FOT	041	Foot
Хектар	HAR	059	Hectare
Хектобар	HBA	310	Hectobar
Хектограм	HGM	160	Hectogram
Хектокилограм	DTH	206	Hectokilogram
Хектолитър	HLT	122	Hectoliter
Хектометър	HMT	017	Hectometer
Херц	HTZ	290	Hertz
Хиляда	MIL	798	hectare
Хиляда ампер-часа	TAH	264	Thousand ampere-hour
Хиляда куб. метра за ден	TQD	599	Thousand cubic meters/day
Целзиев градус	CEL	280	Degree Celsius
Център Бр. (45,359237 кг.)	CNT	192	Central GB
Час	HUR	356	Hour
Част	NPT	735	Number of parts
Чифт (2 броя)	NPR	715	Number of pairs
Ярд (0,9144 м)	YRD	043	Yard

Условия на плащане (PAYTERMS)

1. Документарни акредитиви	
1.1. Неотменяеми документарни акредитиви	
- Непотвърден, без указване срока на плащане	CREDOC
- Непотвърден, с указване срока на плащане	CREDOC/nM
- Потвърден, без указване срока на плащане	CONCREDOC
- Потвърден, с указване срока на плащане	CONCREDOC/nM
1.2. Отменяеми документарни акредитиви	
- Без указване срока на плащане	RECREDOC
- С указване срока на плащане	RECREDOC/nM
2. Инкасо	
2.1. Обикновено инкасо	COLLECT
2.2. Документарно инкасо	
- Без указване срока на плащане	DOCOLLECT
- С посочване срока на плащане	DOCOLLECT/nM
3. Частично плащане	PARTS
4. Други начини на плащане	
4.1. Плащане на съгласувана дата:	
4.1.1. Плащане към установен срок	AAAA/MM/JJ
4.1.2. Установяване на дата на плащане в зависимост от момента на доставката на стоките:	
- Авансово плащане	ANTICIP
- Плащане по време на доставка на стоките	CASH
- Плащане на превозвача по време на доставка на стоките	REMBURS/COD
- Плащане в края на месеца, през който е извършена доставката	ULTIMO
- Плащане след изтичане на определен срок от края на месеца, през който е извършена доставката	ULTIMO/nM
- Плащане след изтичане на определен срок от доставката	DEL/nM
4.1.3. Установяване на датата на плащане в зависимост от датата на получаване на фактурата:	

- Плащане с получаване на фактурата	CASHFAC/CASHI NV
- Плащане в последния ден от месеца, през който е получена фактурата	FACULTIMO/INV ULTIMO
- Плащане след изтичане на определен срок от последния ден от месеца, през който е получена фактурата	FACULTIMO/nM INVULTIMO/nV
- Плащане след изтичане на определен срок след получаване на фактурата	FAC/nM; INV/nM
4.1.4. Незадължителни дати за плащане	
- Отбиви	DIS n% nM; ESC n%M
- Процент за просрочване на плащането	INT nM%
4.2. Компенсационно плащане	COMPENS
4.3. Плащане при консигнация	CONSIGN
5. Специфични плащания	
5.1. Плащане по споразумение	AGREE
5.2. Плащане при обичайни условия	HABIT
6. Без плащане	NOPAY

Представяне на дати

В международните документи се изисква вписването на дата. Разнообразният начин на записването ѝ, може да доведе до съдебни неприятности.

Датата 11.02.2004 (записана в този вид) в Северна Америка означава 2 ноември 2004 година (ММ.ДД.ГГ), а в Европа означава 11 февруари 2004 (ДД.ММ.ГГ).

За избягване на двусмислие е приета формата: година, месец и ден в низходящ ред, с или без разделяне: (ГГ.ММ.ДД.), (YY.MM.DD)

Дата 11 февруари 2004 година следва да бъде представена по един от следните начини:

**2004-02-11 или 20040211 или
04-02-11 или 040211**

Приложение № 10

Документи при външнотърговски сделки

Приложение № 12 към чл. 104, ал. 1

Код на МУ	№ на манифеста	дата

Име, фамилия, длъжност на митническия служител

Подпис, печат :

МИТНИЧЕСКИ МАНИФЕСТ

А.	
1.	Лице, което подава манифеста <i>/ име, фамилия, адрес /</i>
	Лице, от името на което се подава манифеста <i>/ наименование, адрес на управление /</i>
2.	Превозно средство <i>/ вид, номера, контейнер № /</i>
3.	Страна на износа
4.	Придружаващи документи <i>/ международни гаранционни документи, товарителници, фактури, ЕАД, плащателни листове, сертификати и др. /</i>
5.	Налични средства за идентификация <i>/ пломби, знаци и др. /</i>
6.	Място, дата, подпис, печат

Б.	
1.	Лице, което управлява временния склад <i>/ наименование, адрес на управление /</i>
2.	Място за временно складиране <i>/ точно описание /</i>
3.	Учредено обезпечение <i>/ вид, № /</i>
4.	Стоките, описани в сектор В, в непроменено състояние, трябва да получат митническо направление до : <input type="text"/> 20 дни от деня на подаване на този манифест <input type="text"/> 45 дни от деня на подаване на този манифест Друг срок : <input type="text"/> дни
5.	Декларация / потвърждение / за съхранение от лицето, посочено в сектор Б.1 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Декларирам, че съм запознат със задълженията, съгласно ЗМ, свързани с временното складиране на представените стоки, както и с правните последици, които възникват при неизпълнение на тези задължения и приемам стоките за съхранение. </div> <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <i>/ дата / / име, фамилия, подпис, печат /</i> </div>

Върното в кп. Б. 4. се отбелязва с X или се попълва

Указания за попълване :

1. Лицето, което подава манифеста попълва сектори А и В, без В. 7.
2. Лицето, което управлява временния склад или негов представител попълва сектор Б, без Б. 4.
3. Останалите сектори и клетки се попълват служебно.

RECHNUNING FACTURA

INVOICE FACTURE

SELLER/VEVDEUR	INVOICE N° / FACTURE N° DATE / DATE			
	CONTRACT N° / CONTRACT N° DATE / DATE			
	OTHER REFERENCES / AUTRES REFERENCES			
CONSIGNEE / DESTINATAIRE	BUYER / ACHETEUR			
NOTIFY / NOTIFIERA	EXPORT LICENCE / LICENCE D'EXPORT VALIDITY / VALIDITE			
	COUNTRY OF ORIGIN / PAYS D'ORIGINE COUNTY OF DESTINATION / PAYS DE DESTINATION			
MODE OF TRANSPORT / MODE DE TRANSPORT MEANS OF TRANSPORT N° / MOYEN DE TRANSP. IDENTITE N°	TERMS OF DELIVERY / CONDITIONS DE VENTE			DATE / DATE
PLACE OF DESPATCH / LIEU D'EXPEDITION	DATE OF DESPATCH / DATE D'EXPEDITION		TERMS OF PAYMENT / CONDITIONS DE PAIEMENT	
PLACE OF DISCHARGE / LIEU DE DESHARGEMENT	PLACE OF DESTINATION / LIEU DE DESTINATION		CURRENCY OF PAYMENT / MONNAIE PAIEMENT	
NUMBER AND KIND OF PACKAGES; DESCRIPTION OF GOODS (IN CODE AND/OR IN FULL) NOMBRE ET NATURE DES COLIS; DESIGNATION DES MARCHANDISES (EN CODE ET/ON EN CLAIR)	QUANTITY QUANTITE	U/M U/M	UNIT PRICE PRIX UNITAIRE	AMOUNT MONTANT
PACKING COSTS / COUTS DES EMBALLAGE			TOT.AMOUNT / MONTANT TOT.	
FRIGHT / FRET			TOT.CHARGES / TOT.FRANS (+)	
INSURANCE / ASSURANCE			TOT.DEDUCT. / TOT.DEDUCT (-)	
OTHER COSTS / AUTRES COUTS			TOTAL TO PAY / TOT. A PAYER	
DEDUCTIONS / DEDUCTIONS				
SPECIAL INFORMATION / CLAUSES PARTICULARES				
ENCLOSURE / P.J.			PLACE OF ISSUE / LIEU D'ETABLISSEMENT	
			NAME / NOM	
			TEL / TEL	
			SIGNATURE / SIGNATURE	

Съдържание

Предговор	3
ГЛАВА ПЪРВА	
ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА – СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ	5
1. Специфични особености на външотърговската делка	5
2. Подготовка за осъществяване на външотърговска делка	6
2.1. Установяване на контакти и оферирание (предлагане)	7
2.1.1. Видове оферти	11
2.1.2. Съображения за използване на различните видове оферти	16
2.1.3. Запитване	18
3. Провеждане на търговски преговори	22
3.1. Търговски преговори чрез писмена кореспонденция	22
3.2. Търговски преговори по телефона	25
3.3. Провеждане на преговори при лични контакти	25
4. Варианти на сключване на външотърговската делка	28
ГЛАВА ВТОРА	
ИКОНОМИЧЕСКО СЪДЪРЖАНИЕ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКИЯ ДОГОВОР ЗА ПОКУПКО-ПРОДАЖБА	31
1. Предмет на външотърговската сделка	33
2. Условие за количеството на стоката	34
3. Условие за качеството на стоката	38
4. Условие за цената на стоката	44
4.1. Анатолия на експортната цена	44
4.2. Варианти на отразяване на цената в договора за покупко-продажба	48
5. Валута на цената (условия за плащане)	54
6. Условие за франкировката	54
6.1. Същност на франкировката	54
6.2. Международни търговски термини	55

6.3. Основно съдържание на ИНКОТЕРМС 2000 EXW (Ex Works... Named Place). “От завода (склада)... (говорено място)”	56
7. Условие за амбалажа, опаковката, етикетировката и маркировката на стоката	59
8. Условия за срока на доставка на стоката	64
9. Условие за транспортиране на стоката	67
10. Условие за количественото и качествено предаване и приемане на стоката	68
11. Условие за гаранциите	72
12. Условие за рекламациите	72
13. Условие за санкциите	73
14. Условие за форсмажорните обстоятелства	73
15. Условие за решаване на възникнали спорове	74
16. Специални клаузи	75
ГЛАВА ТРЕТА	
ПОСРЕДНИЧЕСКИ ОПЕРАЦИИ	76
1. Същност и специфика на посредническата дейност	76
2. Операции по препродажба	78
2.1. Основно съдържание на условията на договора за предоставяне на право на продажба	79
2.2. Специфични договори и задължения на търговеца по препродажбата	82
2.3. Специфични договори и задължения на производителя износител	84
3. Комисионни операции	85
3.1. Същност на комисионните операции	85
3.2. Консигнационни операции	88
4. Агентски операции	92
4.1. Същност на агентските операции	92
4.2. Основно съдържание на условията на агентския договор	94
5. Брокерски операции	98
ГЛАВА ЧЕТВЪРТА	
СПЕЦИФИЧНИ ОПЕРАЦИИ	100
1. Реекспортни сделки	100
1.1. Срочни реекспортни сделки	101
1.2. Реекспорт за собствена сметка	102
1.3. Реекспорт за чужда сметка	102

1.4. Проста реекспортна сделка (обикновена, еднократна)	103
1.5. Сложна реекспортна сделка	103
1.6. Многократни (многостранни) реекспортни сделки	104
2. Сделки суич и але-ретур	104
2.1 Технология на сделката суич	106
2.1.1. Прав суич	107
2.1.2. Обратен суич	109
2.2. Сделка але-ретур	110
2.3. Псевдосуич	113
2.4. Стоков суич и але-ретур	113
2.5. Банков (бланков) суич и але-ретур	114
2.6. Финансов суич и але-ретур	114
2.7. Явен суич и але-ретур	114
2.8. Таен суич и але ретур	114
2.9. Затворени и отворени сделки але-ретур	115
3. Сделка за преработка на чужди ресурси (преработвателни операции)	117
 ГЛАВА ПЕТА	
АУКЦИОННИ ОПЕРАЦИИ	119
1. Обекти на аукционна търговия	119
2. Организация на международните аукциони	120
3. Видове аукциони	121
4. Технология на реализиране на класическите аукционни операции	123
5. Електронни аукциони	129
 ГЛАВА ШЕСТА	
ЛИЗИНГОВИ ОПЕРАЦИИ	133
1. Същност на лизинговите сделки	133
2. Видове лизингови операции	135
2.1. Финансов лизинг	135
2.2. Оперативен лизинг	137
2.3. Разновидности на финансовия лизинг	139
2.3.1. Обратен лизинг (Sale and Lease back)	139
2.3.2. Лизинг на доставчика ("Credit bail fournisseur)	140
2.3.3. Разделен лизинг (Leveraged leasing)	140
3. Структура на системата за организация на лизинговите операции	143
3.1. Фирми наематели	143

3.2. Фирми наемодатели	143
4. Лизингова сделка. Същност и особености	145
4.1. Същност и етапи на процеса на обработка на лизинговата сделка	145
4.2. Договор за лизинг	147
4.2.1. Предмет на договора	147
4.2.2. Избор на обекта на лизинговата сделка	147
4.2.3. Срок на договора за лизинг	147
4.2.4. Собственост върху обекта на лизинга	148
4.2.5. Гаранции	148
4.2.6. Доставка и монтаж на наемните машини и съоръжения	148
4.2.7. Експлоатация и поддържане на наеманите машини и съоръжения	149
4.2.8. Определяне и изплащане на наема	149
4.2.9. Застраховки срещу възможни рискове	150
4.2.10. Прекратяване действието на лизинговия договор	150
4.2.11. Такси и разходи	151
5. Предимства на лизинга. Фактори, стимулиращи неговото развитие	151

ГЛАВА СЕДМА

ТРЪЖНИ ОПЕРАЦИИ

1. Видове търгове	156
2. Технология на организиране и провеждане на международен търг	158
2.1. Предварителна класификация на оферентите	158
2.1.1. Установяване на контакти между клиента и контракторите, които могат да участват в качеството на оференти	159
2.1.2. Изработване и депозиране на документите за участие в предварителната квалификация	160
2.1.3. Провеждане на предварителната квалификация и избор на подходящи оференти	162
2.2. Организиране и провеждане на търг	163
2.2.1. Изработване, изпращане и потвърждаване на получаването на тържните документи	164
2.2.2. Изработване на търговско предложение (тръжна оферта)	165
2.2.3. Представяне и получаване на тържни оферти	168

2.2.4. Отваряне на тръжните оферти	169
2.2.5. Анализ и оценка на тръжните оферти	170
2.2.6. Съгласуване и подписване на договора за изпълнение на поръчката	172
ГЛАВА ОСМА	
ДОКУМЕНТИ ПРИ ВЪНШНОТЪРГОВСКИТЕ СДЕЛКИ	173
1. Стокови документи	174
2. Застрахователни документи (“Карго” застраховка)	175
3. Транспортни документи	176
4. Митнически документи	178
ПРИЛОЖЕНИЯ	179

Учебникът е одобрен от МОН

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО “ЦЕНОВ” – СВИЩОВ

ВЪНШНОТЪРГОВСКИ ОПЕРАЦИИ

Доц. д-р Иван Спиридонов,
гл. асист. Галина Захариева

Художник: Ангел Ангелов
Поръчка № 960 от 06.07.2004 г., тираж 500 бр.

Цена лв.

ПОЛИГРАФИЧЕСКА БАЗА
ПРИ АКАДЕМИЧНОТО ИЗДАТЕЛСТВО “ЦЕНОВ” – СВИЩОВ

ISBN

207