

Содержание:

Image not found or type unknown



Введение

Аукцион - продажа с публичного торга таких товаров, которые обладают индивидуальными свойствами и ценностями. Их реализация осуществляется с публичного торга в определенном месте и в заранее установленное время.

Аукционы как форма организации продажи товарных и иных ценностей по принципу «кто больше» бывают товарными и валютными, основными участниками аукциона являются: владелец ценностей (продавец), организатор аукциона, покупатель. Аукционные торги проводит аукционист, наделённый полномочиями объявления во время торгов цен и покупателя, предложившего наивысшую цену.

Аукционы можно подразделить на регулярные и нерегулярные. Регулярные аукционы проводятся специальными аукционными фирмами в одном и том же месте один или несколько раз в год, чаще всего в традиционное для каждого аукциона время. Нерегулярные аукционы проводятся, когда возникает необходимость продажи товара, не полученного в установленное время со склада, либо товара, на который иным способом не удалось найти покупателя.

Согласно статье 448 Гражданского кодекса Российской Федерации, аукционы и конкурсы могут быть открытыми и закрытыми. [\[1\]](#)

Открытый аукцион - аукцион, во время прохождения которого участники видят ставки всех своих оппонентов. Классический пример - английский открытый аукцион.

Закрытый аукцион - аукцион, во время прохождения которого участники не видят ставки своих оппонентов и не могут изменять свои ставки. Заявки подаются в закрытом виде (в конвертах) - каждый участник напрямую, не разглашая публично, сообщает аукционисту размер своей ставки. Примером могут служить приватизационные аукционы в России.

По характеру продаваемого товара можно выделить три основных вида аукционов:

Товарный аукцион – на котором продаются произведения искусства, ювелирные изделия, меха, а также уникальные товары, пользующиеся повышенным спросом.

Аукцион ценных бумаг – купля-продажа акций, облигаций и др.

Валютный аукцион – на котором за национальную валюту продаётся иностранная конвертируемая валюта.

Аукционная торговля представляет такой вид оптовой и розничной торговли, при которой продавец, желая получить прибыль, использует принцип прямой конкуренции нескольких покупателей, одновременно присутствующих при продаже.

На товарных аукционах продаются произведения искусства, ювелирные изделия, меха, предметы антиквариата и другие уникальные, редко встречающиеся и пользующиеся повышенным спросом товары и иные ценности. Аукционы бывают как правило на повышение или понижение цены в гласной или негласной форме.

При так называемом гласном аукционе при повышении цены торги начинаются после объявления минимальной цены, установленной продавцом. После чего покупатели делают добровольные прибавки до окончательной цены покупки, которые прекращаются после третьего удара молотка аукциониста, объявляющего номер покупателя и окончательную цену.

Первоначальная цена определяется в договоре между организатором аукциона и владельцем товара.

При негласном (немом) аукционе покупатели подают аукционисту заранее установленные знаки согласия на поднятие цены. Аукционист каждый раз объявляет новую цену, не называя покупателя. Негласное проведение аукциона позволяет сохранить в тайне имя покупателя.[\[2\]](#)

При аукционной продаже аукционист не несет ответственности за проданный товар, так как покупатели имеют возможность достаточно подробно с ним познакомиться предварительно до проведения торгов.

Аукционы могут проводиться и на понижение цены, так называемые голландские аукционы. Суть этого способа состоит в следующем. Аукционист назначает максимальную цену, которая загорается на циферблате, установленном в аукционном зале, и снижает ее до тех пор, пока один из участников торга не изъявит своё желание совершить сделку путем нажатия кнопки на закреплённом

за ним месте. Нажатием кнопки он останавливает движущуюся стрелку, и на циферблате появляется номер, под которым данный покупатель зарегистрирован у организаторов аукциона. Покупатель, нажавший кнопку после первого, в счёт не принимается. Записав номер покупателя, аукционист гасит циферблат и переходит к продаже следующего лота. Применение такого устройства значительно ускоряет темп аукционного торга и дает возможность продавать в час до 600 лотов. Такая система проведения аукционного торга широко применяется при проведении аукционов по продаже овощей, фруктов и рыбы. В Голландии эта механизированная система используется при проведении 150 аукционов. Кроме того, она широко применяется в Дании, Германии и Бельгии и в меньшей степени - во Франции, Италии и Канаде. Указанная система, хотя и получила широкое распространение, не соблюдает основного принципа аукционной торговли, а именно: передачу товара в распоряжение покупателя, предложившего в результате торгов наиболее высокую цену. При этой системе не происходит фактически никакого торга между покупателями.

Пример такого аукциона - аукцион по продаже цветов в Алсмере (Нидерланды). С понедельника по пятницу к восьми часам утра поступают крупные партии цветов, продажа которых ведётся сразу в пяти больших залах. Цветы движутся по конвейеру через весь зал. Оптовые покупатели сидят за расположенными амфитеатром специально оборудованными столами. Перед каждым имеется кнопка, связанная с большим, висящим на противоположной стене циферблатом, на котором стрелка движется от максимальной до минимальной цены. По мере движения конвейера с продаваемыми лотами цветов, движется и стрелка. Для принятия решения даются считанные секунды. Кто первым нажмёт кнопку, тот и приобретает право на цветы.

Покупка фиксируется и оформляется компьютером за 10-15 минут - от нажатия кнопки до выдачи счета. По этому же конвейеру цветы попадают в следующий зал, где их быстро упаковывают и немедленно доставляют в холодильниках по месту назначения - в аэропорт или магазин. Непроданные цветы идут в компост. Ежегодно в Алсмере за четыре часа работы продаются 900 млн. роз, 250 млн. тюльпанов, 220 млн. прочих цветов в горшках и т.д., всего более 3 млрд. штук. А в целом в Нидерландах на 12 специализированных аукционах - более 6 млрд. цветов. Приблизительно 80% из них идёт в такие страны как Австралия, Сингапур и Япония. В целом доля Нидерландов в международной торговле цветами составляет более 60%, и они прочно занимают в этом отношении первое место в мире.

Сущностью участия коммерческих банков в кредитных аукционах является получение ими маржи, т.е. разницы между ценой приобретения ресурсов и их дальнейшей перепродажей в виде ссуды клиентам. К участию в кредитных аукционах проводимых ЦБ РФ допускаются только головные конторы банков, соблюдающие все необходимые требования ЦБ. ЦБ РФ допускает различные способы организации аукционных торгов - по американскому способу, голландскому способу и с фиксированной процентной ставкой.

При американском способе заявки банки-участников ранжируются по уровню предложенной процентной ставки в порядке убывания, а затем удовлетворяются в том же порядке, начиная с максимально предложенной процентной ставки до полного исчерпания установленного на данном аукционе объёма кредита. В результате сумма последней из удовлетворённых заявок может быть сокращена.

При голландском способе все заявки удовлетворяются по цене отсечения - минимальной ставки, которую предлагают банки, попавшие в круг покупателей.

В случае аукциона с фиксированной процентной ставкой удовлетворяются все заявки, однако при превышении общей суммы этих заявок над объёмом кредита, предложенного к аукциону, все заявки удовлетворяются частично. Степень удовлетворения заявок соответствует отношению общего объёма аукционного кредита к их общей сумме.

Посредством проведения кредитных аукционов Центральный Банк Российской Федерации демократизовал процесс распределения централизованных кредитных ресурсов, предоставив возможность всем коммерческим банкам, отвечающим установленным требованиям, стать покупателями аукционного кредита. Анализ сложившейся по итогам аукциона ситуации на рынке кредитных ресурсов позволяет обосновано корректировать уровень учётной ставки Центрального Банка Российской Федерации, условия проведения последующих аукционов и необходимость маневрирования иными инструментами денежно-кредитного регулирования.

Стремительное развитие электронных аукционов в государственном секторе экономики Российской Федерации обусловлено в первую очередь размерами нашего государства. Расстояния в сотни и тысячи километров, разделяющие заказчиков и потенциальных участников размещения заказа, зачастую не позволяют оперативно реагировать на возникающие нужды традиционными способами: документы, оформленные на бумаге, могут задержаться и прийти не

вовремя. Электронный документооборот позволяет субъектам размещения заказа обмениваться информацией без задержек. При этом финансовые издержки, которые стороны несут при организации процедуры размещения заказа и последующем участии в ней, сокращаются.

Понятие электронного аукциона в системе размещения государственных и муниципальных заказов впервые было сформулировано Федеральным законом от 21.07.2005 N 94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд". Затем порядок проведения электронного аукциона был изменён в соответствии с Законом N 93-ФЗ "Об организации проведения встречи глав государств и правительств стран - участников форума "Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество" в 2012 году, о развитии города Владивостока как центра международного сотрудничества в азиатско-тихоокеанском регионе и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"[\[3\]](#).

Согласно Закону N 93-ФЗ электронный аукцион - это открытый аукцион, проведение которого обеспечивается оператором электронной площадки на сайте в сети Интернет; электронная площадка - это сайт в сети Интернет, на котором проводятся открытые аукционы в электронной форме.

В итоге можно сказать, что существует достаточно большое количество аукционов, к числу которых относятся «английский», «голландский», гласный, негласный, электронный, кредитный и т.д.

Организация и техника проведения международных аукционов имеют свои специфические особенности, которые определяются характером товара. Вместе с тем в их организации есть много общего.

Различают четыре стадии проведения аукционов:

- подготовка аукциона,
- осмотр товаров,
- аукционный торг,
- оформление и исполнение аукционной сделки.

В период подготовки аукциона, который иногда длится несколько месяцев, владелец товара доставляет его на склад организатора аукциона. В течении подготовительного периода проводится подготовка товара к реализации, составляются каталоги, осуществляется рекламная деятельность.

Подготовка, например, пушного аукциона начинается за два-три месяца до предстоящего аукциона. Владелец, желающий реализовать свой товар на аукционе, доставляет его на склад аукционной компании. Специалисты аукционной компании производят необходимую сортировку и подборку товара по возможно однородным качественным признакам. Рассортированный товар разбивается на партии, которые называются лотами. В лот подбирается товар, однородный по качеству: чем ценнее шкурки, тем их меньше в лоте. Например, лот белки, как правило, состоит из 3 тыс. шкурок, норки - 150-350 шкурок, каракуля сырого - 300-700 шкурок, соболя - 5-50 шкурок. Каждому лоту присваивается номер, под которым он заносится в каталог данного аукциона с указанием сорта и количества единиц товара в данном лоте.

На основании каталога в порядке нумерации происходит продажа товаров на аукционных торгах. Обычно в каталоге одинаковые по качественным показателям лоты следуют один за другим, образуя ряды-стринги, которые в каталоге отделяются друг от друга линиями. Из каждого лота или стринга берётся образец, который должен полностью соответствовать по всем качественным признакам товару, находящемуся в данном лоте или стринге. Размеры образцов по различным товарам неодинаковы и устанавливаются в зависимости от ценности и стандартности каждого вида.

Одновременно с подготовкой аукционных лотов и образцов подготавливается каталог, содержащий перечень всех лотов, предлагаемых к продаже на аукционе, с указанием номера каждого из них, сорта и количества единиц товара в каждом лоте.

В начале каталога обычно помещается оглавление с обозначением общего количества различных видов пушнины, предназначенных для продажи. Далее следуют условия аукционной продажи. В этих условиях указан порядок осмотра товаров, порядок продаж и фиксации цен, порядок заключения контрактов, право продажи товара третьим лицам, порядок снятия товара с торгов, порядок оплаты аукционных товаров с указанием банков, через которые должно производиться открытие аккредитивов и оплата. В условиях указывается, какой процент взимается с купленных товаров в пользу администрации аукциона, и

устанавливается порядок времени разрешения споров между сторонами. В каталоге сообщается дата открытия аукциона и его продолжительность, место проведения аукциона время, установленное для осмотра товаров, время проведения торгов, а так же последний день платежа за приобретённые товары.

В подготовку аукциона входит также оповещение возможных покупателей о месте и времени проведения аукциона, о количестве и ассортименте товаров, предлагаемых на аукционе. Для этого за полтора-два месяца до начала аукциона в общей и специальной прессе помещаются рекламные объявления, в которых указываются дата и место проведения аукциона, и примерные количества товаров, предлагаемых к продаже.

Постоянным и возможным покупателям аукционные компании высылают рекламную брошюру-проспект, в которой указываются основные условия данного аукциона и прилагается приглашение принять участие в торгах.

Таким образом, при подготовке аукциона осуществляется составление каталога товара, оформляются необходимые документы и организуется место проведение торгов и количество участников.

Осмотр товаров покупателями, предполагающими принять участие в аукционном торге - это вторая стадия проведения аукциона. Осмотр товаров обычно начинается за неделю или за 10 дней до открытия торгов. Количество дней, отведенных для ознакомления с аукционной коллекцией, зависит от ее размеров и от рациональной организации осмотра. Сокращение сроков, отводимых для осмотра, достигается путем совершенствования оборудования залов, где проводится осмотр товаров (установка удобных вешалок для пушнины, специальных столов для осмотра образцов, ламп дневного освещения, штор на окнах, подвижных тележек для образцов).

Предварительный осмотр товаров, как уже говорилось, является обязательным, так как по условиям аукционного торга претензии в случае обнаружения дефектов в товаре (кроме скрытых) после покупки не принимаются. Осмотр товаров проводится в специальных помещениях, где размещаются отобранные от каждого лота образцы товаров. Образцы должны полностью отражать все особенности товара в представляемом ими лоте. Организаторы аукциона несут за это ответственность.

Покупатели внимательно осматривают эти образцы и делают в каталоге отметки о понравившихся им лотах и цене, которую они могли бы за них уплатить.

Покупатель может ознакомиться не только с образцами, но и со всем лотом, но обычно он этого не делает, доверяя организаторам аукциона, за исключением дорогих шкурок, которые покупатель осматривает полностью в лоте.

На аукционах чая и табака производится дегустация отобранных покупателем образцов. Кроме того, покупатели во время осмотра могут приобрести образцы понравившихся им партий для дополнительной проверки их качества.

В итоге можно сказать, что осмотр товара достаточно важная часть организации аукциона. Именно в этот момент покупатель определяется, какой товар он будет приобретать и какую сумму он готов на него потратить.

Аукционный торг является третьей стадией проведения аукциона. Он открывается в заранее назначенный день и час и проводится обычно в специальном аукционном зале, имеющем вид амфитеатра. За столом на возвышении перед покупателями располагается президиум аукциона - аукционист, ведущий продажу, и его помощники, в задачу которых входит наблюдение за поведением покупателей, принимающих участие в торге. Над столом вывешивается табло, где загораются порядковые номера предлагаемых к продаже лотов. Покупатели размещаются за отдельными столами или рядами, расположенными амфитеатром. Перед каждым покупателем устанавливается номер, под которым он зарегистрирован на данном аукционе.

Техника проведения аукциона сводится к следующему. Аукционист объявляет номер очередной партии лота предлагаемого к продаже, и одновременно с этим, на специальном табло загорается названный номер. Аукционист называет исходную продажную цену, которая обычно является примерной рыночной ценой, существовавшей в доаукционный период. Если никто из покупателей не подаст ему знак поднятием руки или карандаша, кивком головы или выкриком «да» о своем согласии купить товар, аукционист снижает цену до тех пор, пока один из покупателей не выразит своё желание купить его. Если один или несколько покупателей подадут знак о своем желании купить данный лот, аукционист повышает цену.

Существуют два способа повышения цены - гласный и негласный. При гласном способе аукционист объявляет номер лота, выставяемого на продажу, называет начальную цену и спрашивает: «Кто больше?». Покупатель, желающий приобрести лот по более высокой цене, называет новую цену, которая выше предыдущей на величину не ниже минимальной надбавки, указанной в правилах проведения

торгов. Аукционист называет номер покупателя, под которым он зарегистрирован на аукционе, новую цену лота и снова задаёт вопрос: «Кто больше?». Если после троекратного повторения вопроса не следует нового предложения, аукционист ударяет молотком, подтверждая продажу лота покупателю, который последним назвал наивысшую цену.

При негласном способе покупатели подают аукционисту условный знак о согласии поднять цену. Надбавка к цене стандартна, оговорена в правилах торгов и составляет, например, при цене до 10 долл.-10 центов, при цене свыше 10 долл. - 25 центов. Покупателю, купившему первый лот в стринге и желающему приобрести по той же цене другие лоты из данной партии (стринга), даётся предпочтение перед другими покупателями.

В случае возникновения разногласий за администрацией аукциона сохраняется право перепродажи любого лота. Всякие претензии должны быть заявлены администрации до начала продажи следующего лота.

Администрация аукциона вправе снять с аукциона любой лот, пока он не продан, без объяснения причин. После продажи всех лотов непроданные лоты могут снова быть выставлены для продажи.

Темп аукционных торгов очень высок, и требует от покупателя и аукциониста постоянного внимания и быстрой реакции. Для продажи одной партии (лота) в среднем требуется менее 30 секунд. Таким образом, за час иногда продают более 300 лотов. На ленинградских пушных аукционах в течение 9 часов продаётся 1 млн. шкурок норки.

Порядок проведения аукционов по другим товарам в принципе не отличается от порядка проведения пушных аукционов. Вместе с тем на некоторых аукционах применяются иные способы проведения аукционного торга. Чаще всего на аукционах используется повышательный способ, при котором аукционист постепенно повышает цену, названную первоначально, пока не будет достигнута наиболее высокая цена, по которой и совершается сделка.

Таким образом, проведение аукциона осуществляется различными способами, в зависимости от выбора вида аукциона и формы его проведения.

Заключительная стадия аукциона состоит в оформлении аукционной сделки и сдаче товара покупателю. Во время аукциона или на следующий день администрация аукциона вручает покупателю контракты на купленный товар; эти

контракты подписываются покупателем и являются для него обязательными. Контракт может быть заключён не ранее чем через десять дней со дня размещения на официальном сайте протокола аукциона, а при проведении закрытого аукциона - со дня подписания протокола аукциона. При этом контракт заключается на условиях, указанных в извещении о проведении открытого аукциона и документации об аукционе, по цене, предложенной победителем аукциона, либо в случае заключения контракта с участником аукциона, который сделал предпоследнее предложение о цене контракта, по цене, предложенной таким участником.

Контракт имеет типовую форму. В контракте на пушнину, например, указывается наименование фирмы-покупателя, наименование товара, номер лота, количество купленных шкурок, цена за шкурку и общая сумма сделки. Покупатель также указывает в контракте, на чье имя необходимо выписать счёт, куда и каким видом транспорта отправить товар.

Покупатель подписывает контракт и возвращает его в контору аукциона, оставив себе копию. На основании контракта выписывается счёт, который оплачивается покупателем. Немедленно после подписания контракта покупатель выписывает письменное поручение об отправке товара, в котором указывается, как следует замаркировать товар, точный адрес, по которому необходимо отправить товар, порядок страхования товара. Платёж за проданный на аукционе товар обычно осуществляется по частям: 30-35 % вносятся при подписании контракта, а остальная сумма - при получении товара или после его отгрузки, но не позднее установленного срока. По условиям большинства пушных аукционов запрещается перепродажа товара покупателем до полной его оплаты. Это гарантирует продавцу полную оплату проданных лотов. Сроки вывозы товара с аукционного склада зависят от вида товара. Некоторые виды товаров - цветы, овощи, рыба и другие скоропортящиеся товары вывозятся немедленно после оформления контракта, некоторые - через 2-3 недели в зависимости от условий аукционной торговли.

Таким образом, заключительная стадия аукциона длится 2-3 недели. При этом её началом является подписание договора купли-продажи между продавцом и покупателем, а завершением - вывоз товара.

Заключение

В заключении можно сделать следующие выводы о том, что существует достаточно большое количество аукционов, к числу которых относятся «английский», «голландский», гласный, негласный, кредитный и т. д.

Аукционы являются коммерческими организациями, располагающими соответствующими помещениями, оборудованием и квалифицированными специалистами. Организационное построение аукциона как коммерческой организации напоминает построение ярмарок. Международные аукционы имеют ограниченный спектр товара, при этом, для данных аукционов распределены основные сферы влияния на товар, продаваемый на аукционе. Товар, реализуемый на международных аукционах распределяется согласно мест основного производства. Следует также заметить, что данное положение распределения товара относительно центров международной торговли существует уже очень давно, что является показателем стабильности мировой экономики.

Аукцион включает в себя четыре этапа: подготовка аукциона, осмотр товаров, аукционный торг, оформление и исполнение аукционной сделки. При подготовке аукциона осуществляется составление каталога товара, оформляются необходимые документы и организуется место проведения торгов и количество участников. Осмотр товара достаточно важная часть организации аукциона. Именно в этот момент покупатель определяется, какой товар он будет приобретать и какую сумму он готов на него потратить. Проведение аукциона осуществляется различными способами, в зависимости от выбора вида аукциона и формы его проведения. Заключительная стадия аукциона длится 2-3 недели. При этом её началом является подписание договора купли-продажи между продавцом и покупателем, а завершением – вывоз товара.

Список использованной литературы

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)// в "Собрании законодательства РФ", 04.08.2014, N 31, ст. 4398.;
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 28.04.2020)// "Российская газета", N 238-239, 08.12.1994;

3. Федеральный закон от 08.05.2009 N 93-ФЗ (ред. от 29.12.2017) "Об организации проведения встречи глав государств и правительств стран - участников форума "Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество" в 2012 году, о развитии города Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"// "Парламентская газета", N 25, 15-21.05.2009;
 4. Герчикова И.Н. Менеджмент и международно-коммерческое дело. - М.: ВЛАДОС, 2008. - с. 48;
 5. Тасалов Ф.А. Запрос котировок и запрос предложений как формы торгов // Актуальные проблемы российского права. 2018. N 5. С. 126 - 135.;
 6. Попов Д.А. Система публичных имущественных торгов: проблемы и перспективы // Российская юстиция. 2017. N 12. С. 65 - 67.;
 7. Лунева Е.В. Электронные торги по предоставлению земельных участков, находящихся в публичной собственности, как способ обеспечения рационального землепользования // Журнал российского права. 2019. N 4. С. 120 - 134.;
 8. Дорофеева Ю.А. Отрицание участия в картельном сговоре на торгах: доводы и возражения // Власть Закона. 2018. N 2. С. 63 - 74.
-
1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 28.04.2020)// "Российская газета", N 238-239, 08.12.1994. [↑](#)
 2. Герчикова И.Н. Менеджмент и международно-коммерческое дело. - М.: ВЛАДОС, 2008. - с. 48 [↑](#)
 3. Федеральный закон от 08.05.2009 N 93-ФЗ (ред. от 29.12.2017) "Об организации проведения встречи глав государств и правительств стран - участников форума "Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество" в 2012 году, о развитии города Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"// "Парламентская газета", N 25, 15-21.05.2009, [↑](#)