

AKADEMIA EKONOMICZNA W POZNANIU

Skrypty Uczelniane

Skrypt 410

**MARIAN GORYNIA
HENRYK WOJCIECHOWSKI**

Materiały do nauczania

**ORGANIZACJI I TECHNIKI
HANDLU ZAGRANICZNEGO**



1990

MARIAN GORYNIA
HENRYK WOJCIECHOWSKI

Materiały do nauczania

ORGANIZACJI I TECHNIKI HANDLU ZAGRANICZNEGO



KOMITET REDAKCYJNY

Edmund Ignasiak, Edmund Kurtys, Jerzy Skolik,
Antoni Sobczak (sekretarz), Halina Szulce (zastępca
przewodniczącego), Janusz Wierzbicki (przewodniczący),
Florian Wiśniewski

RECENZENT

Andrzej Sznajder

Redaktor techniczny

Henryk Gromadecki

194 952



Wydano za zgodą Rektora
Akademii Ekonomicznej w Poznaniu
pismem z dnia 6.07.1989 znak I/WU /231/89

ISSN 0239-6734

WYDAWNICTWO AKADEMII EKONOMICZNEJ W POZNANIU

Adres Wydawnictwa: al. Niepodległości 10, 60-967 Poznań
tel. 699-261 w. 1186

Wydanie I. Nakład 250 egz. Arkuszy wyd. 8,77. Arkuszy druku 6,5. Papier offsetowy
kl. III 71 g. Przyjęto do druku 25.07.1989 r. Podpisano do druku 7.09.1990 r. Druk
ukończono w listopadzie 1990 r. Zamówienie nr S/260/89. K-8/489. Cena zł 4400,-

Wykonano w Zakładzie Graficznym Politechniki Poznańskiej
61-821 Poznań, ul. Ogrodowa 11, telefon 525-425

P.1990.523/1

SPIS TREŚCI

1. Działalność handlowa na rynkach zagranicznych	5
1.1. Pojęcie i istota rynku	5
1.2. Charakterystyka transakcji handlu zagranicznego	9
1.3. Pojęcie cyklu transakcyjnego	12
2. Faza przygotowawcza cyklu transakcyjnego	15
2.1. Rozpoznanie na rynku krajowym	15
2.2. Badanie rynków zagranicznych	18
2.3. Oddziaływanie na rynek zagraniczny	24
2.4. Przygotowanie oferty eksportowej	27
2.5. Akwizycja kontrahentów	32
3. Faza negocjacyjna cyklu transakcyjnego	34
3.1. Analiza postępowania partnera	34
3.2. Negocjacje handlowe	36
3.3. Kontrakt i jego elementy	41
3.4. Pozwolenia przywozu i wywozu	57
4. Realizacja kontraktu	60
4.1. Przygotowanie towaru	61
4.2. Odbiór i kontrola towaru	63
4.3. Spedycja i transport	65
4.4. Ubezpieczenie towaru	68
4.5. Odprawa celna	70
5. Przebieg transakcji importowej	75
5.1. Planowanie importu	75
5.2. Poszukiwanie partnerów w imporcie	78
5.3. Negocjacje importowe	84
5.4. Realizacja kontraktu importowego	88
6. Rozliczenie i likwidacja transakcji handlu zagranicznego	91
6.1. Formy świadczenia wzajemnego	91
6.2. Załatwianie reklamacji i sporów	98

1. Działalność handlowa na rynkach zagranicznych

1.1. Pojęcie i istota rynku

Podstawowa definicja określa wymianę jako „przenoszenie towarów i usług z jednego władania w drugie”. To „przenoszenie” może mieć charakter abstrakcyjny, względnie odbywać się w konkretnych warunkach między dwoma podmiotami tej wymiany, tj. między zbywającym i nabywającym.

Wymiana towarów i usług w ujęciu abstrakcyjnym występuje zgodnie z ekonomicznym pojęciem rynku określanego jako „ogół stosunków wymiennych między sprzedającym – reprezentującym podaż, oraz nabywającym – reprezentującym popyt.” W naukach ekonomicznych takie pojęcie „rynku” często jest przyjmowane.

Przeniesienie towarów i usług może też odbywać się na rynku rozumianym jako konkretne miejsce wymiany. Może nim być wówczas siedziba sprzedającego względnie kupującego (czasem biuro notariusza, w obecności którego podpisuje się akt kupna-sprzedaży lub biuro pośredniczącego w wymianie), sklep sprzedaży, a również stoisko na targowisku, kiosk itp.

Od prapoczątków, wymiany dokonywano na spontanicznie wyodrębnianych miejscach – pierwotnych rynkach – gdzie rychło zaczęły kształtować się określone warunki i stosunki wymienne ułatwiające kontakty między sprzedającymi a kupującymi. Rozwój tych miejsc wymiany następował szczególnie szybko tam, gdzie oferujący swoje towary mogli spodziewać się spotkania większej liczby potencjalnych nabywców. W miarę też przyciągania do tych spotkań wymiennych coraz większej liczby zainteresowanych oraz wzrostu obrotów, rynek początkowo mający zasięg lokalny przemieniał się w rynek regionu, a w szczególnie korzystnych warunkach w rynek ponadregionalny. Następowало w ten sposób rozszerzanie zasięgu geograficznego rynku.

Pod pojęciem „zasięgu geograficznego” rynku rozumiemy określony obszar, na którym kształtuje się – zgodnie z definicją wymiany – ogół stosunków wymiennych. Z tego punktu widzenia rozróżniamy dzisiaj:

- rynki miejscowe lub lokalne,
- rynki regionalne,
- rynki krajowe,
- rynki międzynarodowe,
- rynek światowy.

Przy rozszerzaniu się zasięgu geograficznego określonego rynku, wzrasta jego specjalizacja branżowa. Wynika to z faktu, że jeden wielki, o ponadregionalnym znaczeniu rynek nie jest w stanie fizycznie przyjąć ogółu towarów, jakie na nim wystawia się do sprzedaży. W rezultacie, im zasięg rynku jest szerszy, tym większa staje się jego specjalizacja towarowa.

Przedmiotowo określając rynek stwierdzamy, jakie towary są przedmiotem „ogółu stosunków wymiennych” na tym rynku. Rozróżniamy więc np.:

- rynek zbożowy,
- rynek surowców,
- rynek zbożowy na rynek pszenicy, jęczmienia, pasz, lub rynek surowców na rynek węgla, ropy miedzi itp.

Pod względem funkcjonalnym ogół rynków podzielić możemy na:

- rynki pierwotne, tworzące się w regionach lub krajach o szczególnie dużej produkcji określonego dobra,
- rynki wtórne, istniejące i działające z reguły na skalę międzynarodową, tworzone w krajach będących znacznymi importerami danego dobra, zazwyczaj w krajach rozwiniętych gospodarczo.

O ile w międzynarodowych obrotach określonym dobrem występuje więcej rynków pierwotnych, to rynków wtórnych jest mniej. Czasem wśród nich istnieje jeden najsilniejszy, narzucający warunki wymiany danym dobrem w skali światowej.

Samo pojęcie rynku światowego ma dzisiaj dwojakie znaczenie:

- z jednej strony oznacza ogół powiązań i wzajemnych oddziaływań różnych, dla tego samego towaru lub grupy towarów, rynków w skali światowej,
- w rozumieniu globalnym, jako sumę wszystkich powiązań i oddziaływań ogółu rynków w skali światowej.

W przeszłości na niektórych rynkach, które wykazywały coraz większą żywotność i trwałość, wytwarzały się określone formy wymiany, zwyczaje i normy postępowania. W miarę też nabierania ponadregionalnego znaczenia przez dany rynek, ugruntowane na nim zwyczaje czy normy zaczęły przejmować inne rynki, tworząc w ten sposób system wielorakich powiązań między poszczególnymi rynkami. Przy identyczności form postępowania stwarzało to przesłanki do określania jednolitych norm i technik działania.

Charakterystycznym dla pojęcia „rynku” jest występowanie różnych jego kategorii i form organizacyjnych. Poszczególne rynki różnią się między sobą zarówno rodzajem, charakterem, jak i zakresem oddziaływania. Z tych też względów działalność transakcyjna musi mieć charakter zróżnicowany w zależności od tego, z jakim rynkiem mamy do czynienia.

Jedną z podstawowych cech charakteryzujących określone kategorie rynku jest stopień zorganizowania jego funkcji, czyli stopień sformalizowania. Od tej strony rozpatrując działalność handlową możemy prowadzić na rynkach:

- zorganizowanych,
- niezorganizowanych.

Część wymiany międzynarodowej dokonywana jest współcześnie za pośrednictwem rynków zorganizowanych. Pod tym pojęciem rozumiemy miejsca, na których w określonym czasie organizuje się spotkania i konfrontacje oferty podaży

(sprzedających) z propozycjami popytu – czyli kupujących. Jako typowe międzynarodowe rynki zorganizowane uznaje się targi, wystawy gospodarcze, aukcje, giełdy, oraz zorganizowane obszary celne. Do tej grupy rynków zalicza się również przetargi, które wprawdzie nie mają charakteru instytucji rynkowej sensu stricto, z uwagi jednak na specyficzną formę ich organizacji uznawane są również za rynki zorganizowane. Na każdym z powyższych rynków występują odmienne formy zawierania transakcji ukształtowane z reguły utrwalonymi w dłuższym czasie zwyczajami, określone w regulaminach wymiany ustalonych przez organizatorów.

Większa jednak część wymiany międzynarodowej prowadzona jest na r y n k a c h niezorganizowanych, a więc (odwołując się do ekonomicznej definicji rynku) w miejscach i w formach dowolnie przyjętych przez partnerów wymiany, co najwyżej w sposób zwyczajowo uznanych za najbardziej racjonalne.

Najprostsza jest działalność na rynku zorganizowanym. W tym przypadku uczestniczący w takim rynku poddają się oddziaływaniu wydarzeń, jakie na nim mają miejsce i podporządkowują prawidłom, jakie nim rządzą. Przykładowo, dokonując transakcji zakupu względnie sprzedaży na giełdzie nie możemy prowadzić działalności akwizycyjno-reklamowej, bo zwyczaje i regulaminy giełdowe tej działalności nie przewidują. Podobną sytuację spotykamy na aukcjach – co najwyżej aukcjonariusz może w różny sposób zachęcać do udziału w aukcji i pobudzać u potencjalnych nabywców chęć nabycia towaru, co z kolei odzwierciedlać się będzie w coraz wyższym podbijaniu przez nich cen. Dla odmiany, na rynku targowym działalność akwizycyjno-reklamowa prowadzona jest szczególnie szeroko i szczególnym natężeniem, co prowadzi nawet do przypisywania targom funkcji reklamowo-akwizycyjnej jako funkcji podstawowej.

Działając na rynku niezorganizowanym trzeba wykazać więcej inicjatywy w wyszukiwaniu odpowiedniego partnera transakcji czy konsumenta jego produktu. Tutaj o powodzeniu w pierwszym rzędzie decyduje aktywność, a często i pomysłowość w stosowaniu różnych form oddziaływania na dany rynek.

Działalności handlowo-wymiennej na rynkach niezorganizowanych nie można prowadzić w pełni samodzielnie. Współpraca gospodarcza z zagranicą jest tą formą działalności gospodarczej, która poddawana jest współcześnie szczególnej uwadze państwa. Ze względu też na rolę, jaką przypisuje państwo stosunkom wymiennym z innymi krajami, działalność podmiotów gospodarczych prowadzących wymianę z zagranicą nie może być pozostawiona swobodzie ich postępowania. Państwo nadzoruje tę działalność i stosuje różnorodne środki i formy oddziaływania – zarówno o charakterze wspierającym jak i ograniczającym, w celu uzyskania określonych rozmiarów i rodzajów społecznych korzyści tego działania.

Polityka oddziaływania państwa na handel zagraniczny prowadzony przez podmioty gospodarujące może być realizowana na podstawie autonomicznego określenia, bądź umownego ustalania współpracy z innymi państwami. Możliwość autonomicznej realizacji wytyczonych zasad polityki handlu zagranicznego mają głównie te państwa, których potencjał gospodarczy jest na tyle silny, że mogą one ją prowadzić zgodnie z swoją własną wolą i własnymi potrzebami. Współcześnie jednak stosunki i zakres współpracy międzynarodowej w większości regulowane są za pośrednictwem międzynarodowych umów, określających poszczególne dziedziny

współpracy politycznej, społecznej, i gospodarczej. Szczególnie w sferze gospodarczej świat powiązany jest setkami dwu- i wielostronnymi umowami, ogólnie nazywanymi między państwowymi umowami gospodarczymi, wśród których największe znaczenie mają traktaty i konwencje handlowe, będące podstawowymi umowami, regulującymi całokształt stosunków wymiennych między krajami je zawierającymi, określające rozmiary wymiany towarów i usług, oraz istotne warunki tej wymiany, jak płatnicze, kredytowe, celno-taryfowe itp., które w sumie mają ułatwiać wymianę podmiotów gospodarczych podpisujących je państw. Z szczególnej uwagi, jaką poświęca państwo stosunkom wymiennym z zagranicą wpływa konieczność określania kto i w jakim zakresie może prowadzić taką działalność. Decydowanie o tym może przyjąć formę bezpośredniego koncesjonowania przedsiębiorstw uczestniczących w wymianie z zagranicą – jak w krajach socjalistycznych i wielu krajach rozwiniętych gospodarczo prowadzących politykę protekcyjną, względnie drogą pośredniego wspierania i regulowania działalności takich przedsiębiorstw – jak w krajach o gospodarce rynkowej, podtrzymujących w dużym stopniu politykę wolnohandlową. Wówczas wspieranie działalności handlu zagranicznego następuje drogą subwencjonowania, kredytowania, regulacji podatkowych i/i. przyznawanych tym przedsiębiorstwom.

W Polsce, podobnie jak w innych krajach socjalistycznych, podmioty gospodarujące uprawnione były do prowadzenia działalności handlu zagranicznego drogą nadawania im koncesji na taką działalność przez uprawniony ustawowo organ administracji państwowej¹.

W ostatnich latach wystąpiły w naszym kraju dwie istotne zmiany w regulacji instytucjonalnego dostępu do prowadzenia handlu zagranicznego. W 1988 roku Minister Współpracy Gospodarczej z Zagranicą specjalnym rozporządzeniem ustalił wykaz towarów i usług, którymi obrót z zagranicą nie wymagał koncesji. Jeszcze większe znaczenie posiada fakt, że ustawa o uprawnieniach do prowadzenia handlu zagranicznego utraciła od 1 stycznia 1989 r. moc obowiązującą na skutek przyjęcia przez Sejm ustawy o działalności gospodarczej z 23 grudnia 1988 r. Zgodnie z ostatnią ustawą prowadzenie obrotów handlowych z zagranicą nie jest uwarunkowane posiadaniem koncesji, z wyjątkiem niektórych towarów i usług, których wykaz ustalił Minister Współpracy Gospodarczej z Zagranicą (wykaz ten obejmuje podstawowe towary o charakterze strategicznym, grupy towarów, które podlegają kontyngentowaniu w EWG i USA oraz usługi agencyjne i przedstawicielskie na rzecz firm zagranicznych).

Działalność transakcyjna przedsiębiorstw handlu zagranicznego² może być prowadzona zarówno na rynkach zorganizowanych, jak i na rynkach niezorganizowanych. Formy prowadzenia tej działalności są różne i mogą być stosowane dowolnie, o ile działalność ta nie jest sprzeczna z obowiązującymi normami (prawnymi, zwyczajowymi) i zasadami polityki gospodarczej państwa. Ponieważ – jak

¹Zgodnie z ustawą z 26 lutego 1982 r. o uprawnieniach do prowadzenia handlu zagranicznego prawo do działalności handlu zagranicznego miały przedsiębiorstwa handlu zagranicznego utworzone przez Ministra Handlu Zagranicznego oraz inne osoby prawne i fizyczne uprawnione do tej działalności koncesją Ministra Handlu Zagranicznego.

²Pod pojęciem „przedsiębiorstwa handlu zagranicznego” (PHZ) w niniejszym skrypcie rozumiemy ogół tych przedsiębiorstw, które prowadzą działalność transakcyjną na rynkach zagranicznych.

to stwierdzono wyżej – działalność transakcyjna na rynku niezorganizowanym jest bardziej skomplikowana, a o jej powodzeniu decyduje w pierwszym rzędzie aktywność ją prowadzącego, w niniejszym skrypcie ona zostanie poddana omówieniu i analizie.

1.2. Charakterystyka transakcji handlu zagranicznego

W szerokim rozumieniu transakcja to zespół działań zmierzających do ustanowienia, zmienienia lub przeniesienia określonych praw rzeczowych. Generalnie wyróżnia się transakcje jednostronne i dwustronne.

Transakcja jednostronna jest dokonywana w wyniku woli i działania jednej strony (osoby fizycznej lub prawnej). Do tej grupy transakcji należy np. akt darowizny, przeniesienie praw na drodze testamentu itp.

Transakcja dwustronna następuje drogą porozumienia między dwiema lub kilkoma stronami. Najczęściej ma formę umowy lub kilku powiązanych ze sobą umów. Warunki umowy określają świadczenia każdej ze stron na rzecz partnera oraz ustalają sposób wykonania tych świadczeń.

W wąskim znaczeniu zakres pojęcia transakcji w handlu zagranicznym odnosi się do transakcji handlowych towarowych, które polegają na kupnie i sprzedaży towarów lub określonych do nich praw. Obok towarów, przedmiotem transakcji w handlu zagranicznym mogą być także usługi oraz dobra niematerialne.

Transakcja w handlu zagranicznym tym się różni od transakcji wewnątrzkrajowej, że strony transakcji (osoby fizyczne i/lub prawne) mają stałą siedzibę nie w jednym kraju, lecz w dwóch lub więcej krajach. Wpływa to na organizacyjną, techniczną i prawną stronę przygotowania i realizacji transakcji w handlu zagranicznym.

Rdzeń transakcji handlu zagranicznego stanowi kontrakt zagraniczny. Jest to umowa kupna – sprzedaży między przedsiębiorstwem handlu zagranicznego, a zagranicznym kontrahentem.

Ogół transakcji występujących w handlu zagranicznym charakteryzuje się dużą różnorodnością. Celowe więc staje się ich uporządkowanie. Można tego dokonać według kilku kryteriów: kryterium formy dokonywania wymiany z zagranicą, kryterium przedmiotu transakcji, kryterium samoistnego charakteru transakcji.

Stosując pierwsze kryterium wyróżnić można transakcje eksportowe, transakcje importowe, transakcje reeksportowe, transakcje w ramach obrotu uszlechacianającego, transakcje w ramach obrotu naprawczego (reparacyjnego) oraz transakcje leasingowe.

Transakcje eksportowe i importowe określane są mianem podstawowej działalności eksportowo-importowej. Transakcje eksportowe polegają na sprzedaży towarów i ich wywozie za granicę (lub świadczeniu usług partnerowi zagranicznemu) w zamian za dokonanie świadczenia wzajemnego – zapłaty. Transakcje importowe polegają na zakupie towarów i ich przywozie do kraju (lub zakupie usług partnera zagranicznego) w zamian za dokonanie świadczenia wzajemnego – zapłaty.

Z transakcją reeksportową mamy do czynienia wtedy, gdy towar pochodzący z zagranicy (z kraju drugiego) zostaje sprzedany i wywieziony do kraju trzeciego. Wyróżnia się reeksport pośredni i reeksport bezpośredni. Reeksport pośredni polega na sprzedaniu i wywiezieniu za granicę towaru, który poprzednio został importowany z innego kraju. Istotny jest tutaj fakt przywozu towaru do kraju mającego dokonać reeksportu (np. w celu czyszczenia i/lub przepakowania), a następnie wywozu do kraju trzeciego. Reeksport bezpośredni polega na sprzedaży za granicę (do kraju trzeciego) towaru zakupionego za granicą (w kraju drugim) i skierowaniu go wprost z miejsca pochodzenia do zagranicznego nabywcy.

Transakcje obrotu uszlachetniającego, polegają na wysyłce za granicę półfabrykatu lub towaru niezupełnie wykończonego w celu wykonania tam za umówioną zapłatę kolejnych faz procesu produkcji lub obróbki względnie wykończenia zewnętrznego. Towar pozostaje przez cały czas własnością wysyłającego, a po dokonaniu uszlachetnienia wraca do kraju pochodzenia. Wyróżnia się obrót uszlachetniający czynny i bierny. Dla strony transakcji przyjmującej towar do uszlachetnienia i otrzymującej za to zapłatę obrót uszlachetniający jest obrotem czynnym. Dla strony oddającej towar do uszlachetnienia i płacącej za to, obrót uszlachetniający jest obrotem biernym.

Odmianę transakcji obrotu uszlachetniającego stanowią transakcje obrotu nakładczego. Polegają one na tym, że podmiot zamawiający określony wyrób gotowy posyła zagranicznemu wykonawcy zamówienia materiały potrzebne do jego realizacji, ewentualnie odpowiednio już przygotowane. Wracają one następnie do zamawiającego w formie gotowych wyrobów. Rozróżnienia obrotu nakładczego czynnego i biernego dokonuje się w podobny sposób, jak w przypadku obrotu uszlachetniającego.

Zbliżone do transakcji obrotu uszlachetniającego są też transakcje obrotu naprawczego (reparacyjnego). Polegają one na wysyłaniu za granicą (obróć reparacyjny bierny) lub otrzymaniu z zagranicy (obróć reparacyjny czynny) maszyn, urządzeń itp. przedmiotów w celu dokonania odpłatnie ich naprawy, po czym dostarczane są one z powrotem do zleceniodawcy.

Inną formą dokonywania wymiany z zagranicą są transakcje leasingowe. Polegają one na wydzierżawieniu środków trwałych i dóbr konsumpcyjnych trwałego użytku. Transakcje leasingowe mogą być zawierane w miejsce transakcji eksportowo-importowych. Zamiast kupować określone dobra można skorzystać z leasingu i w ten sposób mieć możliwość ich użytkowania.

Stosując kryterium przedmiotu transakcji wyróżnić można transakcje towarowe, transakcje usługowe oraz transakcje dotyczące niematerialnych dóbr przemysłowych.

Transakcje towarowe to transakcje handlowe polegające na kupnie – sprzedaży towarów lub określonych do nich praw.

Transakcje usługowe polegają na świadczeniu usług w zamian za zapłatę w formie określonych świadczeń pieniężnych (towarowych, usługowych). W wielu przypadkach jednak transakcja obejmuje zarówno kupno-sprzedaż towarów, jak i integralnie związanych z ich dostawą usług. W grę mogą jednak wchodzić także same usługi.

Szczególnym rodzajem transakcji z punktu widzenia techniczno-handlowego są transakcje eksportowo-importowe dotyczące niematerialnych dóbr przemysłowych. Niematerialne dobra przemysłowe to przede wszystkim wynalazki (prawa do wynalazku) oraz know-how. Zbycie i nabycie praw do wynalazku może nastąpić bądź na drodze przeniesienia prawa własności wynalazku w formie sprzedaży patentu, bądź też na drodze przeniesienia praw do wykorzystania wynalazku w drodze umowy licencyjnej. Przedmiot transakcji handlu zagranicznego może stanowić także know-how (savoir-faire), czyli suma umiejętności, koncepcji, doświadczeń i wiedzy odnośnie kierowania procesami związanymi z wytwarzaniem określonego wyrobu, bądź też dotyczących technologii jego wytwarzania. W zakres tego pojęcia wchodzi również wynalazki, które jeszcze nie są opatentowane lub nie mogą być opatentowane ze względu na brak wymaganej oryginalności rozwiązania.

Ostatnim jest kryterium samoistnego charakteru transakcji. Stosując je wyróżniamy transakcje samoistne (niekiedy nazywane normalnymi, zwykłymi, typowymi, klasycznymi) oraz transakcje niesamoistne.

Istota transakcji samoistnych, sprowadza się do tego, że jedna ze stron transakcji, dostawca-eksporter, zobowiązuje się do dostawy drugiej stronie (odbiorcy-importerowi) określonych w kontrakcie towarów i/lub świadczenia usług, w zamian za ustaloną w tym kontrakcie zapłatę. Innymi słowy, wzajemne zobowiązania wynikające z tych transakcji ograniczają się z jednej strony do dostawy lub świadczenia usług, z drugiej natomiast – do zapłaty za nie w formie pieniężnej.

W odróżnieniu od transakcji samoistnych transakcje niesamoistne charakteryzują się odmienną od schematu towar (usługa) – pieniądź strukturą zobowiązań stron. W zależności od rodzaju transakcji niesamoistnej zapłata w formie pieniężnej może w ogóle nie wystąpić (transakcje kompensacyjne) albo też świadczenie towarowe oprócz powiązania ze świadczeniem wzajemnym może być powiązane z innymi operacjami. Wśród transakcji niesamoistnych wyróżnić można:

- transakcje wiązane,
- transakcje kompensacyjne,
- transakcje zamienne (switchowe).

Przez transakcję wiążaną rozumie się transakcję, w której dostawy towarów jednej strony są uwarunkowane dostawami towarów drugiej strony, przy czym wartość każdej z tych dostaw nie musi odpowiadać wartości dostaw drugiej strony, chociaż podlega pieniężnemu rozrachunkowi z zagranicznym partnerem. Transakcje wiązane dzieli się na transakcje wiązane poziome i pionowe. Transakcje wiązane poziome, nazywane też transakcjami uzależnionymi dwustronnie, polegają na uzależnieniu sprzedaży lub kupna jednego towaru od kupna lub sprzedaży innego. Transakcje wiązane pionowe, zwane uzależnionymi jednostronnie, polegają natomiast na uzależnieniu sprzedaży jednego dobra zagranicznemu partnerowi, zazwyczaj takiego, na którego kupnie mu zależy, od równoczesnej sprzedaży innego dobra (gorszego gatunku, mniej poszukiwanego, trudno zbywalnego). Samoistość transakcji wiązanej jest z reguły ograniczona klauzulą uzależniającą jej wejście w życie od zawarcia dwóch kontraktów równoległych.

Transakcje kompensacyjne polegają na dokonywaniu wymiany towar za towar, bez regulowania należności na drodze przekazywania zapłaty w pieniądzu.

Oznacza to, że świadczeniu towarowemu (usługowemu) jednej strony biorącej udział w transakcji odpowiada wzajemne świadczenie drugiej strony również w formie dostawy towaru (usługi). Nieodzownym warunkiem tego rodzaju transakcji i jej cechą charakterystyczną jest wzajemne równoważenie się (kompensowanie) wartości towaru (usługi) eksportowanego i towaru (usługi) importowanego. Tylko wyjątkowo następuje rozliczenie dewizowe z tytułu nie skompensowanej nadwyżki wartości świadczeń jednej ze stron. Nadwyżka ta określana jest mianem szpicy. Szczególnym rodzajem transakcji kompensacyjnej jest transakcja barterowa (barter), charakteryzująca się tym, że uczestniczą w niej tylko dwaj partnerzy (przedsiębiorstwa) z różnych krajów.

Istota transakcji zamiennnej (switchowej) – polega na zamianie waluty rozrachunkowej na wolną lub odwrotnie, z wykorzystaniem mechanizmu reglamentacji obrotu towarowego i płatniczego, ujętej w dwustronnych umowach rozrachunkowych. Transakcja zamienna, opiera się na realizacji dostaw lub świadczeniu usług – w ramach umowy rozrachunkowej – z przeznaczeniem ich do kraju trzeciego, przy czym płatności w ramach tej umowy dokonuje partner uprawniony do zapłaty w walucie rozrachunkowej. Faktyczne płatności dokonywane są przez ostatecznego odbiorcę towaru w walucie wolnej, lecz na rzecz kontrahenta, który jest uprawniony do zapłaty eksporterowi w walucie rozrachunkowej w ramach umowy istniejącej między jego krajem a krajem dostawcy towaru. Zwykle kontrahent ten posiada możliwość dokonywania płatności w ramach umowy rozrachunkowej, nie jest natomiast zainteresowany zakupem towarów w ramach tej umowy. Wykonując dyspozycje właściwego odbiorcy towaru, reguluje on zobowiązania w walucie rozrachunkowej a w zamian otrzymuje walutę wolną.

1.3. Pojęcie cyklu transakcyjnego

Obok czynności typowo handlowych, związanych z zawarciem kontraktu, w wymianie z zagranicą podjęte muszą być również czynności związane z fizycznym przeniesieniem towaru, realizacją świadczenia wzajemnego itp. Są to najczęściej czynności cechujące się wysokim stopniem specjalizacji. W związku z tym ich realizacja zlecana jest przedsiębiorstwom usługowym i wspomagającym. Zakres i warunki ich świadczenia są określone w odpowiednich zleceniach oraz umowach dotyczących transportu, spedycji, ubezpieczenia, płatności, rozliczeń, kontroli, odbioru itp. Chociaż każda z tych umów jest umową odrębną, to jednak wszystkie one wiążą się ze sobą w jednej transakcji handlu zagranicznego, stanowiąc w sumie całość operacji koniecznych do prawnego i fizycznego przeniesienia prawa własności przedmiotu transakcji oraz do wykonania świadczeń wzajemnych.

Istnieją zasadnicze różnice między umowami zawieranymi przez przedsiębiorstwa handlu zagranicznego z kontrahentami krajowymi, a tymi, które zawierane są z kontrahentami zagranicznymi. W przypadku umowy krajowej obie strony mają swoje siedziby w Polsce, co oznacza, że muszą stosować się do przepisów prawnych (zazwyczaj znanych partnerom) obowiązujących w kraju. Natomiast w przypadku

zawierania umowy z kontrahentem zagranicznym obowiązują ustalone między partnerami warunki transakcji, które mogą być oparte na przepisach prawnych krajów obu partnerów, jednego z nich, względnie na międzynarodowych konwencjach i zwyczajach handlowych. To również wymaga specjalnych i dodatkowych umów, opartych na dobrej znajomości norm prawnych obowiązujących w kraju partnera, zwyczajów handlowych przyjętych międzynarodowo itp. Uwzględnienie ich i ujęcie w przygotowanej transakcji zapobiegać może w przyszłości sporom i różnicującym się poglądom odnośnie właściwej interpretacji i realizacji kontraktu.

Istotne znaczenie posiada także prawidłowe zawarcie umowy między przedsiębiorstwem handlu zagranicznego a krajowym dostawcą lub odbiorcą towaru, dla którego może ono pełnić rolę pośrednika handlowego. Może to być umowa:

- kupna - sprzedaży, (gdy przedsiębiorstwo handlu zagranicznego działa jako kupiec na rachunek własny stając się przejściowo właścicielem towaru, który następnie sprzedawany jest zagranicznemu partnerowi),
- umowa komisu, gdy przedsiębiorstwo handlu zagranicznego jest komisantem i podejmuje się we własnym imieniu, lecz na rachunek krajowego partnera dokonać zakupu lub sprzedaży określonego towaru,
- umowa agencji, gdy jednostka posiadająca uprawnienia do prowadzenia handlu zagranicznego zawiera w imieniu i na rachunek innej jednostki (posiadającej takie uprawnienia) kontrakt kupna - sprzedaży z kontrahentem zagranicznym.

Również i tym umowom z reguły towarzyszyć musi szereg umów dodatkowych i uzupełniających wspierających prawne przeniesienie towaru, jego fizyczne przekazanie względnie odbiór od kontrahenta zagranicznego, rozliczenie i określenie wielu innych warunków realizacyjnych.

W związku z powyższymi zastrzeżeniami przyjmuje się, że przez pojęcie transakcji handlu zagranicznego należy rozumieć z formalnego punktu widzenia grupę wzajemnie ze sobą powiązanych umów związanych z zawarciem i realizacją określonego kontraktu. Tak więc, w aspekcie czynnościowym, transakcja handlu zagranicznego obejmuje zespół działań. Zakres tych działań oraz ich konfiguracja czasowa mogą kształtować się różnie, w zależności od przedmiotu transakcji, partnerów wymiany, rynku itp.

Ujęcie transakcji handlu zagranicznego jako sekwencji czynności określane jest mianem *cyklu transakcyjnego*. W typowym cyklu transakcyjnym występują następujące fazy:

- faza preparacyjna - obejmuje czynności przygotowawcze mające doprowadzić do zawarcia umowy kupna - sprzedaży z partnerem zagranicznym,
- faza negocjacyjna - składają się na nią negocjacje handlowe oraz podpisanie umowy kupna - sprzedaży,
- faza realizacyjna - obejmuje wykonanie i rozliczenie kontraktu czyli realizację wzajemnych zobowiązań wynikających z umowy kupna - sprzedaży.

W poszczególnych fazach transakcji handlu zagranicznego działania prowadzone są zarówno na rynku krajowym jak i na rynkach zagranicznych. Etap uruchamiania cyklu transakcyjnego z reguły podejmowany jest (zarówno w eksporcie jak i

importcie) najpierw na rynku krajowym, na drodze kontaktów i porozumień z wewnątrz krajowymi podmiotami gospodarującymi zainteresowanymi realizacją danej transakcji. Dopiero w końcowej części fazy preparacyjnej i w fazie negocjacyjnej podstawowe działania wchodzące w ramy cyklu transakcyjnego koncentrowane są na rynku zagranicznym. Z kolei jednak w fazie wykonawczej realizacji wzajemnych zobowiązań wynikających z podpisanego kontraktu stara się przedsiębiorstwo handlu zagranicznego dokonać na rynku krajowym.

Literatura zalecana do rozdziału 1

- K. Białecki, A. Dorosz, W. Januszkiewicz, Słownik handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1986.
 Z. Królak, Transakcje wiązane, kompensacyjne, zamienne i reeksportowe, PIHZ, Warszawa 1962.
 H. Wojciechowski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, część II: Działalność akwizycyjno-handlowa na rynkach zagranicznych, AE, Poznań 1981.
 Ustawa o działalności gospodarczej z dnia 23 grudnia 1988, Dziennik Ustaw

2. Faza przygotowawcza cyklu transakcyjnego

Działalność transakcyjną na rynkach zagranicznych inicjują i podejmują:

- wyspecjalizowane przedsiębiorstwa handlowe, zawodowo zajmujące się wymianą towarów i usług z zagranicą,
- przedsiębiorstwa produkcyjne, działające od początku 1989 r. bez koncesji, a tylko w obrocie określonymi towarami z koncesją – por. s. 6.

Również i w tym drugim przypadku z reguły zawieraniem transakcji nie zajmuje się bezpośrednio zakład produkcyjny, a jego wyodrębniona jednostka organizacyjna (często działająca na wewnętrznym rozrachunku), w postaci np. biura eksportu lub biura sprzedaży jednego lub kilku producentów. Z tego względu należy więc uznać, że działalność zarówno przedsiębiorstwa handlu zagranicznego, jak i wyodrębnionej jednostki organizacyjnej producenta ma charakter działań usługowych – pośredniczących.

2. 1. Rozpoznanie na rynku krajowym

Działalność handlową na rynku krajowym pośredniczące przedsiębiorstwo handlu zagranicznego może prowadzić w jednej z następujących trzech form:

- kupna i sprzedaży na rachunek własny,
- zakupu względnie sprzedaży na zasadach komisu,
- zakupu względnie sprzedaży na zasadach agencyjnych.

Kupno i sprzedaż na rachunek własny polega na nabywaniu na rynku wewnętrznym przez przedsiębiorstwo handlu zagranicznego towarów oraz dalszej ich sprzedaży na rynku zagranicznym we własnym imieniu. Przedsiębiorstwo występuje w tym przypadku w pozycji samodzielnego kupca, odpowiadającego przed partnerem zagranicznym za właściwości towaru, jego jakość oraz wady lub usterki. Występując na rynkach zagranicznych we własnym imieniu, pracuje również na własne ryzyko.

Przy sprzedaży komisowej podstawą działania jest umowa komisu, w której PHZ (komisant) zobowiązuje się wobec dostawcy (komitenta) do sprzedaży jego towarów według określonej w umowie ceny i na ustalonych warunkach. PHZ występując jako komisant działa we własnym imieniu, ale na rachunek komitenta. Zawarcie umowy komisu może obejmować dokonanie transakcji jednorazowej lub wielokrotnej, realizowanej w okresach kwartalnych, rocznych lub wieloletnich.

Zakres wzajemnych praw i obowiązków partnerów reguluje zawarta między nimi umowa, która zazwyczaj zawiera postanowienia co do:

- minimalnej ceny transakcyjnej, po której wolno komisantowi towar sprzedać,
- terminu zapłaty,
- formy rozliczeń z dostawcą,
- podziału ewentualnej nadwyżki uzyskanej ponad ustaloną w umowie cenę transakcyjną.

Komisant występując na rynku zagranicznym jest obowiązany:

- działać z zawodową starannością, zgodnie z wskazaniem komitenta,
- chronić znane mu interesy komitenta i zawiadamiać go o wszelkich okolicznościach, które mogą mieć wpływ na zmianę jego pozycji na rynku,
- ubezpieczyć mienie komitenta na jego wyraźne polecenie lub gdy to wynika z umowy,
- zawiadomić komitenta o wykonaniu jego zleceń, a po wykonaniu kontraktu dokonać rozliczenia z komitentem.

Ponadto, uprawniony jest do posługiwania się innymi osobami przy wykonywaniu powierzonych mu czynności, przy czym jest on wówczas odpowiedzialny za postępowanie tych osób oraz odpowiada za szkody powstałe na rzeczach powierzonych przez komitenta.

Komitent zlecając komisantowi wykonanie umowy powinien zapewnić mu wypłacenie prowizji w kwocie uzgodnionej w umowie. Komisantowi przysługuje prawo zastawu na rzeczach stanowiących przedmiot komisju, dopóki rozporządza nim fizycznie lub za pomocą dokumentów. Warunek ten zabezpiecza roszczenia komisanta o prowizję, jak również o wszelkie inne należności wynikłe ze zleceń komisowych.

Kontraktowanie zakupów za granicą na rachunek odbiorcy również następuje na podstawie zasad komisju. Rozliczenie importu z odbiorcą krajowym następuje wówczas według ceny transakcyjnej lub uzgodnionej, do której dolicza się:

- przysługującą prowizję komisową,
- wyłożoną opłatą celną,
- inne koszty, jakie zostały poniesione w związku z realizacją kontraktu.

Agencyjna forma sprzedaży polega na zbyciu towaru przez PHZ za granicę w imieniu i na rachunek producenta. Podstawę dla tej formy sprzedaży stanowi umowa zawarta między PHZ a producentem, w której określone zostają warunki sprzedaży towaru, jego cena, wysokość prowizji itp. Przy podejmowaniu działalności na rynkach zagranicznych w cudzym imieniu i na cudzy rachunek, zarówno korzyści, jak i ryzyko czynności handlu zagranicznego przesunięte zostają na przedsiębiorstwo krajowe. Wówczas PHZ prowadzi działalność jedynie jako agent przedsiębiorstwa krajowego.

System rozliczeń umów kupna - sprzedaży zawieranych między przedsiębiorstwami handlu zagranicznego a krajowymi dostawcami lub odbiorcami towarów eksportowanych względnie importowanych opiera się na trzech rodzajach cen: cenach transakcyjnych, cenach umownych i cenach urzędowych.

Cenę transakcyjną tworzy się przez przeliczenie ceny dewizowej (uzyskanej w eksporcie lub płaconej w imporcie) na złote.

Cenę transakcyjną w eksporcie stanowi dewizowa cena sprzedaży na warunkach franco granica polska lub fob port polski¹, przeliczona na złote według obowiązujących przeliczników kursowych. Jest ona stosowana przede wszystkim w rozliczeniach między przedsiębiorstwem handlu zagranicznego występującym jako komisant w umowie komisu lub agent w umowie agencyjnej, a przedsiębiorstwami krajowymi realizującymi eksport na rachunek własny.

Cena transakcyjna w imporcie jest to dewizowa cena zakupu na warunkach franco granica polska lub cif port polski², przeliczona na złote według obowiązującego kursu. Stosowanie cen transakcyjnych przy imporcie towarów zaopatrzeniowych jest obowiązkowe.

Rozliczenie krajowej umowy kupna – sprzedaży według cen transakcyjnych umożliwia w efekcie pobudzanie zainteresowania producentów krajowych realizacją zadań eksportowych oraz dokonywaniem zakupów importowych na podstawie rachunku ekonomicznego, określającego opłacalność zawartej transakcji.

Cena umowna jest to cena określona między PHZ a jego dostawcą krajowym w eksporcie lub odbiorcą krajowym w imporcie. Cena ta może jednak prowadzić do osiągania nadmiernych zysków przez przedsiębiorstwo handlu zagranicznego, dyktujące dostawcy cenę, po jakiej gotowe jest zakupić od niego towar. Z tego powodu istnieje wiele ograniczeń w jej stosowaniu (np. nie stosuje się jej przy umowie o sprzedaży towaru przez PHZ na rachunek własny). Cena ta może być stosowana, jeśli transakcja realizowana jest na warunkach komisowych.

Cena urzędowa może występować zarówno w eksporcie, jak i imporcie. Jest to cena określona w obowiązującym cenniku, zatwierdzonym decyzją organu właściwego dla ustalania cen. Obowiązuje ona na³:

- środki produkcji o podstawowym znaczeniu jak: węgiel, ropę naftową, rudy żelaza i wyroby hutnicze, celulozę, nawozy sztuczne, zboża, skóry surowe,
- towary mające ważne znaczenie dla kosztów utrzymania, jak: mięso i przetwory mięsne, masło i tłuszcze, cukier, benzynę i oleje.

Głównym źródłem zysków przedsiębiorstwa handlu zagranicznego są marże i prowizje, płacone przedsiębiorstwu przez krajowych dostawców i odbiorców w formie procentowej od zawartej transakcji zagranicznej.

Pod pojęciem marży rozumiemy różnicę istniejącą między ceną sprzedaży towarów (zazwyczaj wyższą) a ceną jego zakupu (zazwyczaj niższą). Otrzymują je prowadzący zakup lub sprzedaż na rachunek własny.

Pod pojęciem prowizji rozumiemy należność, jaką otrzymują agent, komisant lub inni pośrednicy w wymianie, od zlecającego im realizację tej transakcji. Wysokość

¹Formuła FOB obejmuje wszystkie koszty obsługi towaru poniesione do momentu załadowania towaru na statek w porcie kraju eksportera.

²Formuła CIF obejmuje wszystkie koszty obsługi towaru poniesione do momentu przybycia statku do portu przeznaczenia. Dodając do ceny CIF wszystkie koszty powstałe w porcie przy wyładunku towaru, otrzymamy cenę „ex dock”. Określa ona wartość towaru wyładowanego w porcie.

³Zgodnie z zarządzeniem nr 14 Ministra Współpracy Gospodarczej z Zagranicą z 20 kwietnia 1988 r. w sprawie określenia wykazu towarów, na które ustala się ceny urzędowe w rozliczeniach eksportowych i importowych (Dz. Urzędowy MWGzZ nr 2/88, poz. 9).

tej należności jest różna w zależności od branży towarowej, będącej przedmiotem obsługi przez określony PHZ. Stawki są zazwyczaj tak kalkulowane, aby mogły pokryć krajowe koszty transakcji oraz koszty ogólne PHZ, z uwzględnieniem narzutu na fundusz akwizycyjny i inne.

Ogół kosztów zagranicznych transakcji eksportowej rozliczany jest przez PHZ z krajowym dostawcą w ich efektywnej wysokości. Pomniejszają one należność przysługującą krajowemu dostawcy towarów. Koszty transakcji importowej PHZ dolicza w efektywnej wysokości do oceny transakcyjnej. Podwyższają więc one należność przysługującą przedsiębiorstwu handlu zagranicznego od krajowego odbiorcy. Rozliczenie zagranicznych kosztów transakcyjnych zarówno w eksporcie, jak i w imporcie, w formie zryczałtowanej (np. w procentach od wartości kontraktu), może nastąpić ze zezwoleniem ministra współpracy gospodarczej z zagranicą.

Do kosztów transakcji krajowych zaliczane są wszelkie koszty ponoszone na terenie kraju, w związku z obsługą importu lub eksportu towaru, obliczane według obowiązujących w kraju stawek i taryf. Zalicza się do nich głównie koszty transportu i spedycji, przeładunków, składowania, ubezpieczeń oraz ubytki towarowe.

2.2. Badanie rynków zagranicznych

W przedsiębiorstwie handlu zagranicznego wielkość wymiany z zagranicą jest określona w operatywnych planach przedsiębiorstwa. Jednak w odniesieniu do większości tych planów nie znane są jeszcze formy ich realizacji, tj. nie wiadomo na jaki rynek proponowany do eksportu towar promować, jak i z kim i na jakich warunkach umowa zostanie zawarta. Z tego względu, szczególnie w przypadkach podejmowania nowych inicjatyw handlowo-wymiennych z zagranicą, niezbędne staje się opracowanie strategicznego programu działania, w którym:

- określa się potencjalne rynki dla danego towaru z rozpoznaniem kształtujących się na nich cen, wielkości możliwego popytu, występującej podaży oraz siły konkurencji,
- sprawdza się, czy typowana do eksportu własna masa towarowa odpowiada wymogom, upodobaniom i gustom potencjalnych rynków zbytu, przy uwzględnieniu poziomu jej wykonania i jakości, jak i ilości jakie przedsiębiorstwo oferować może na tym rynku,
- określa się typowe dla danego towaru i dla wytypowanego rynku formy i metody akwizycji.

Program taki zostaje zazwyczaj przekonsultowany z inicjującym dany eksport zleceniodawcą.

Pozytywne rezultaty przeprowadzonych sondaży i uzgodnień w każdym z powyższych działań rozpoznawczych umożliwiają dopiero podjęcie kompleksu właściwych działań promocyjno-akwizycyjnych na rynku zagranicznym i tym samym uruchomienie pierwszej fazy cyklu transakcyjnego. Biorąc pod uwagę cele, dla których ma być podjęte rozpoznanie rynków zagranicznych rozróżniamy:

- badania kompleksowe służące określeniu strategii działania na rynkach zagranicznych,
- badania wyodrębnione dla konkretnej działalności operatywnej.

Inny jest oczywiście zakres i stopień szczegółowości informacji potrzebnych dla opracowania strategii, a inny - dla zrealizowania konkretnej transakcji. Zazwyczaj tylko część danych zebranych w ramach badania rynków zagranicznych na etapie formułowania strategii może być przydatna w trakcie prowadzenia działań transakcyjnych. Pozostałe informacje potrzebne dla poprawnego wykonania konkretnej transakcji, muszą być zebrane bezpośrednio i wyłącznie dla potrzeb działalności operatywnej.

Kompleksowe badanie rynku zagranicznego prowadzone jest w kilku wiążących się ze sobą etapach, obejmujących:

- zebranie informacji i materiałów,
- usystematyzowanie i opracowanie zebranego materiału z odrzuceniem informacji błędnych względnie nieprzydatnych,
- analizę otrzymanych wyników,
- interpretację wyników.

W badaniach kompleksowych zakres badanych zmiennych może być bardzo szeroki. Nie występuje też z tego powodu jednolitość schematów postępowania analitycznego. Dla różnych grup towarów, jak i dla różnych rynków mogą bowiem być najważniejsze inne zjawiska charakterystyczne. Wyróżnia się badania strukturalne, koniunkturalne oraz badania faz i elementów marketingu.

Postępowanie badawcze z reguły rozpoczyna się od badań strukturalnych. Dotyczą one czynników o względnie małej zmienności. Wyniki tych badań mają dać eksporterowi odpowiedź na pytanie czy możliwa jest ekspansja eksportowa na danym rynku. Rozpoczęcie procedury badawczej od bardziej pracochłonnych i kosztownych rodzajów badań byłoby nieracjonalne.

Badania strukturalne dotyczą zmiennych charakteryzujących sytuację polityczną (stosunek władz kraju importera do kraju eksportera), polityki gospodarczej, norm technicznych obowiązujących w danym kraju, tendencji rozwoju postępu technicznego. Bardzo duże znaczenie dla potencjalnego eksportera posiadają informacje dotyczące polityki gospodarczej danego państwa. W dobie narastającego protekcyjnizmu w handlu międzynarodowym szczególnej wagi nabiera znajomość polityki handlowej, a w tym instrumentów stosowanych w celu ograniczenia importu. Przykładowy zestaw pytań, na które odpowiedź powinny udzielić badania strukturalne przedstawia się następująco:

1. W zakresie ograniczeń ilościowych:

- rodzaje kwot importowych, ich wielkość, czas przydziału, kryteria rozdziału,
- czy wymagane są licencje importowe, jaki jest okres ich ważności, czy możliwe jest prolongowanie licencji, czy możliwe jest otrzymanie listy importerów którym przyznano licencje, oraz jaka władza je przyznaje,
- jaki charakter ma system licencjonowania (dyskryminacyjny czy liberalny),
- czy istnieje import nie licencjonowany prowadzony przez uprawnione instytucje,
- czy istnieje możliwość zawierania transakcji kompensacyjnych i wiązanych oraz na jakich zasadach.

2. W zakresie cel i oraz podatków:

- nomenklatura i układ towarów w taryfie celnej,
- sposób pobierania cła, wysokość stawek celnych, wartość celna, zwroty cel, kontyngenty celne,
- preferencje celne,
- możliwości zwolnienia od obowiązku płacenia cła (strefy wolnocłowe),
- przepisy celne dotyczące próbek i wzorów handlowych,
- podatki i inne opłaty pobierane w związku z importem towarów,
- podatki akcyzowe nakładane na towary krajowe i importowane, oraz szczebel dystrybucji, na którym są one pobierane.

3. W zakresie innych instrumentów polityki handlowej:

- przepisy antydumpingowe, minimalne kwoty importowe,
- przepisy sanitarne, weterynaryjne,
- przepisy gwarancyjne,
- przepisy dotyczące wymagań technicznych i bezpieczeństwa,
- normy państwowe ustalone przez instytucje normalizacyjne oraz normy handlowe przyjęte w handlowych porozumieniach towarowych na danym obszarze przez kupców (izby handlowe),
- przepisy dotyczące oznakowania i opakowania,
- przepisy regulujące kwestię marki handlowej, znaków towarowych, praw patentowych itp.,
- przepisy dotyczące postępowania antymonopolowego,
- przepisy regulujące prowadzenie działalności reklamowej.

Powyższy katalog pytań nie jest oczywiście kompletny. Zakres zainteresowań konkretnego eksportera może być o wiele szerszy. Informacje na poruszone tematy publikowane są zazwyczaj w oficjalnych wydawnictwach rządowych oraz w prasie specjalistycznej.

Badania koniunkturalne zmierzają do poznania bieżącej sytuacji na rynku oraz do określenia prawdopodobnego kształtowania się tej sytuacji w przyszłości. Wyróżnia się badania statyczne (stanu, zjawiska), przeprowadzane metodami matematycznymi (funkcje podaży, popytu) oraz badania dynamiczne (zmian w czasie), prowadzone metodami statystycznymi (wskaźniki zmienności, indeksy). Badania koniunkturalne składają się z analizy popytu, podaży oraz prognozy koniunktury.

Analiza popytu koncentruje uwagę na wszystkich czynnikach (zarówno dających się mierzyć, jak i jakościowych), które mają wpływ na jego rozmiary, tempo i kierunki zmian.

Podobny przebieg ma analiza podaży, z tym że tutaj koncentrujemy się na zbadaniu wpływu czterech podstawowych czynników (produkcja krajowa, eksport, stan zapasów i import) na wielkość oraz tempo i kierunki zmian podaży.

Prognoza koniunktury polega natomiast na określeniu prawdopodobnego kształtowania się interesujących eksportera wielkości w przyszłości na podstawie statystycznych badań dynamicznych.

O ile badania strukturalne informują czy istnieją formalno-prawne możliwości wejścia na dany rynek eksportera, badania koniunkturalne – czy istnieje na

danym rynku popyt na określone produkty, o tyle zadaniem badania faz i elementów marketingu jest zidentyfikowanie stosowanych na danym rynku sposobów wykorzystania możliwości zbytu⁴. Badania faz i elementów marketingu są zazwyczaj bardziej kosztowne i pracochłonne aniżeli wcześniej wymienione rodzaje badań, a ponadto stosowane są tutaj odmienne techniki badawcze. Badania polegające na analizowaniu pozycji konkurencyjnej na danym rynku i sytuacji konkurentów oraz metod ich działania, reakcji konsumentów i sposobów dokonywania przez nich zakupu towarów, wymagają przeprowadzenia specjalnych ankiet, wywiadów, zbierania ofert i podobnych form bezpośredniego kontaktu z mogącymi dostarczyć niezbędnych informacji. Ponadto – w zależności od stopnia zorganizowania danego rynku – badania faz i elementów marketingu wyglądają odmiennie na poszczególnych rynkach, w związku z czym dokonujący badania musi sam decydować, co i jak należy w danym przypadku robić, by dany problem zbadać szybko i możliwie niewielkim kosztem.

Przykładowy zestaw problemów, które obejmować mogą badania faz i elementów marketingu przedstawia się następująco:

- analiza produktu własnego i porównanie go z produktami konkurencji,
- analiza dotycząca konsumenta (użytkownika),
- analiza konkurencji,
- analiza cen,
- analiza kanałów dystrybucji,
- analiza reklamy,
- analiza innych środków promocji sprzedaży.

Badanie kompleksowe powinno mieć charakter ciągły. Często bowiem występują zmiany zachowania się podmiotów rynku względnie zmiany sytuacji na innych rynkach, wpływające w rezultacie na stan i zachowanie się rynku badanego. Z tego względu raz opracowana analiza musi być okresowo poddawana kontroli słuszności zawartych w niej wniosków, jak i bieżąco uzupełniona nowymi faktami, jakie w międzyczasie wystąpiły i w konkretnych przypadkach mogą powodować zmianę względnie korygację poprzednio stawianych wniosków. Następuje to w miarę uzyskiwania nowych informacji o tym rynku. Pomocnymi w tym względzie są informacje czerpane z dokumentacji prasowej tworzonej z wycinków prasowych zbieranych albo bezpośrednio w przedsiębiorstwie (co stosowane jest obecnie częściej), albo zakupywanych poprzez abonament w specjalnie tym trudniących się agencjach.

Kompleksowe badania rynku prowadzone jest często za pomocą szeroko rozbudowanego w formie ankiety arkusza ocen, za pomocą którego analizujący daje odpowiedzi wyjaśniające szereg kwestii związanych z wielkością i potencjałem

⁴Słowo „Marketing”, pochodzenia angielskiego, przy braku odpowiedniego zamiennika w języku polskim przyjęte zostało do nazewnictwa polskiego dla oznaczenia działalności rynkowej, rozpoznania rynku itp.

Pomijając w niniejszym wykładzie szersze omówienie różnych form i aspektów działania marketingowego, określić je możemy jako „zespół zintegrowanych działań, których celem jest kształtowanie produkcji, obrotu towarowego i usług z punktu widzenia potrzeb rynku (krajowego i zagranicznego) oraz interesów gospodarki narodowej”.

danego rynku. Uzupełnieniem tych odpowiedzi są też zebrane dane cyfrowe, wypowiedzi specjalistów itp., w sumie podbudowujące konkretne stwierdzenia.

Obok tych badań kompleksowych prowadzonych w sposób ciągły, przedsiębiorstwa często są zmuszone prowadzić badania wyodrębnione lub częściowe dla zaspokojenie potrzeb doraźnych i dla podjęcia decyzji w konkretnej działalności operatywnej.

W takich przypadkach pole i zakres badań zostają zaprogramowane dla określonego celu. Tego rodzaju badania cechować też z reguły musi większa wnikliwość. Opracowania częściowe po wykorzystaniu ich dla doraźnych potrzeb często wchodzi w skład opracowania kompleksowego, stając się jednym z jego elementów.

Najważniejszym przy prowadzeniu analizy jest odpowiedni dobór wiadomości i materiałów źródłowych – miarodajnych i rzeczowych. Ogół materiałów i informacji jakie mogą stanowić źródła wiadomości o badanym rynku możemy podzielić na publikowane i ogólnie dostępne, często nazywane „materiałem z drugiej ręki”, oraz na niepublikowane.

Materiały ogólnodostępne charakteryzują się tym, że z reguły wymagają segregacji zawartych w nich informacji na bardziej i mniej ważne oraz weryfikacji zawartych w nich danych.

Do opracowań tego typu należy podchodzić krytycznie, bowiem zawierać one mogą zawsze pewien ładunek tendencyjności, co naturalnie uzależnione jest w pierwszym rzędzie od tego przez kogo i w jakim zakresie zostały opracowane. Z tego względu wymagają one często sprawdzenia zawartych w nich informacji, jak i dużej wiedzy o badanym rynku u prowadzącego analizę. Do grupy takich materiałów należą w pierwszym rzędzie opracowania monograficzne, publikacje i informacje prasowe, materiały statystyczne. Ważnym w takim przypadku jest zwrócenie uwagi na pochodzenie i autorstwo tych materiałów, pozycję wydawnictwa i kraj ich pochodzenia. Największą rangę wiarygodności mają materiały wydawane przez organizacje międzynarodowe (ONZ, FAO, GATT), dalej z jednostek organizacyjnych związków integrowanych (RWPG, EWG) i z krajów rozwiniętych gospodarczo.

Pomocne mogą być również specjalne wydawnictwa poświęcone analizie wybranych rynków, wydawane w formie dodatków do czasopism ekonomicznych. Opracowywane one są z reguły przez izby handlowe (np. w Wielkiej Brytanii przez Board of Trade – Export Service Bulletin, w USA przez Departament of Commerce – World Trade Information Service, w Polsce wydawnictwa PIHZ), względnie przez agencje międzynarodowe, jak np. wydawany przez ONZ Economic Survey for Europe.

Mało pewne natomiast są materiały wywodzące się z krajów rozwojowych, często rozpowszechniających materiały propagandowe, w których publikowane dane cyfrowe (odpowiednio dobrane, względnie nie oparte na solidnie zebranych materiałach statystycznych), dać mogą nieprawdziwy obraz danego rynku.

Większy ciężar gatunkowy mają materiały niepublikowane zbierane przez przedsiębiorstwo z różnych źródeł, jak : raporty biur radców handlowych, sprawozdania polskich przedsiębiorstw i spółek zagranicznych, sprawozdania z podróży służbowych pracowników przedsiębiorstwa, informacje agentów itp. Ich

cechą charakterystyczną jest duża wiarygodność informacji, lepsza przystosowalność dla potrzeb badającego i większa kondensacja. W stosunku do materiałów ogólnodostępnych są one więc bardziej przyswajalne w swej pierwotnej formie.

Często przy analizowaniu określonego rynku niezbędnym staje się przeprowadzenie badań w terenie (tzw. field research). Są one bardziej kosztowne, jednak mają też wyższość nad badaniami „zza biurka” (desk research), że badającemu pozwalają na bezpośrednie zetknięcie się z danym rynkiem, możliwość sondażu opinii (wywiady, ankiety, badania testowe itp.). W praktyce oba rodzaje badań często prowadzi się łącznie. W takich przypadkach wstępną analizę przeprowadza się w siedzibie przedsiębiorstwa w oparciu o materiały dostępne na miejscu, a następnie, dla konfrontacji wyników, dodatkowo sprawdza się analizę wstępną w terenie. Pozwala to w rezultacie również na znaczne obniżenie kosztów analizy poprzez skrócenie okresu popytu badającego w miejscu ich prowadzenia.

Zainteresowani zdobyciem rynku zagranicznego zlecają często – przy braku odpowiedniego własnego aparatu organizacyjnego w tym zakresie – przeprowadzenie analizy czy opracowanie form i metod działania na rynku, specjalnym przedsiębiorstwom doradczym, tzw. przedsiębiorstwom consultingowym. Przedsiębiorstwa takie prowadzą odpłatną działalność w zakresie doradztwa marketingowego, ekonomiczno-organizacyjnego jak również technicznego (opiniowanie kosztorysów, ofert, projektowanie i nadzór nad budową obiektów przemysłowych), na zlecenie klienta i tylko w jego interesie. Typowymi dla krajów kapitalistycznych są też wywiadownie handlowe, tj. agencje trudniące się zawodowo zbieraniem i udostępnieniem za opłatą informacji o innych przedsiębiorstwach, firmach handlowych, o ich działalności handlowej, pozycji kapitałowej i finansowej, jak i o ich właścicielach. Udostępnienie informacji przez nie następuje z zastrzeżeniem poufności. Dla zapewnienia wiarygodności i rzetelności dostarczanych informacji, wywiadownie są koncesjonowane. Agencje wywiadowcze współpracują w zbieraniu informacji z instytucjami bankowymi i ubezpieczeniowymi, oraz współpracują między sobą.

Odmianę wywiadowni stanowią agencje informacyjne, dostarczające na zasadach abonamentu różnego rodzaju informacji gospodarczych, jak notowania giełdowe, biuletyny, wskaźniki koniunktury, informacje o zmianach w taryfach celnych lub przewozowych występujących w różnych krajach. Osobną grupę informacji dostarczanych na zasadach abonamentu stanowią wycinki prasowe artykułów czy wiadomości o określonej tematyce. W PRL zbliżone w swej formie serwisy informacji gospodarczych świadczą Polska Izba Handlu Zagranicznego poprzez swoje biuletyny i czasopismo „Rynki Zagraniczne”, oraz Polska Agencja Prasowa i Agencja „Interpress”. Badaniem i analizą rynków zagranicznych w skali makro zajmuje się Instytut Koniunktur i Cen podległy Ministrowi Współpracy Gospodarczej z Zagranicą, którego zakłady i pracownice prowadzą bieżącą analizę rynków geograficznych (np. zakład krajów kapitalistycznych rozwiniętych, zakład krajów rozwijających się) oraz rynków towarowych (np. zakład surowców rolnych). Instytut swoje analizy długofalowe prowadzi w oparciu o zatwierdzony plan badań, a analizy krótkookresowe na potrzeby i zlecenie zarówno Ministra jak i władz centralnych. Natomiast analizę rynków w skali mikroekonomicznej, a więc w

dostosowaniu do potrzeb przedsiębiorstw handlu zagranicznego, względnie dla wewnątrz krajowych jednostek produkcyjnych uprawnionych lub pracujących dla handlu zagranicznego, zajmują się Działy Analizy Rynków w poszczególnych przedsiębiorstwach.

Szerokie badania rynków prowadzą również polskie przedstawicielstwa dyplomatyczno-handlowe za granicą, które są zobowiązane do składania okresowych sprawozdań z sytuacji ekonomicznej kraju-siedziby. Sprawozdania te są dobrym źródłem w pełni wiarygodnych informacji o charakterze ogólnoeconomicznym. Zobowiązani do ich sporządzania w tym zakresie są attaché ekonomicznymi biur radców handlowych.

2.3. Oddziaływanie na rynek zagraniczny

Wyniki przeprowadzonej analizy rynku zagranicznego stają się podstawą do zaprogramowania skutecznego z punktu widzenia własnych interesów oddziaływania na ten rynek. W przystosowaniu do rozpoznanej sytuacji, program musi być tak opracowany, aby jego realizacja przyniosła w konsekwencji optimum korzyści możliwych do osiągnięcia. Oddziaływanie na rynek następować drogą:

- działania informacyjno-propagandowe,
- stosowania public relations,
- reklamy,
- sales promotion,

które w sumie tworzą zespół działań stwarzających przychylny klimat dla sprzedaży własnego produktu dla działalności handlowej danego przedsiębiorstwa. W następstwie podejmowana jest konkretna działalność ofertowa i akwizycyjna w stosunku do tych, którzy pozytywnie ustosunkowali się do tych oddziaływań.

W zasadzie każda udzielana informacja, posiadająca w sobie określony ładunek agitacyjny zachęca do określonych zachowań, które docelowo winny znaleźć swoje odzwierciedlenie w konkretnych działaniach gospodarczych, jak np. w zawarciu transakcji kupna – sprzedaży. Jest to tym bardziej ważne, że proces przepływu informacji ma z reguły charakter dwukierunkowy, tzn. obu stronom może zależeć na osiągnięciu wzajemnego zrozumienia.

Działanie informacyjno-propagandowe

Informacyjno-propagandowe oddziaływanie na rynek może występować w skali makroekonomicznej lub w skali mikroekonomicznej.

W skali makroekonomicznej informacja i propaganda są formą ogólnego oddziaływania na rynek, przystosowującego go do przychylnego ustosunkowania się do kraju ją stosującego i jego potencjału gospodarczego, a tą drogą do pozytywnego ustosunkowania się do oferowanych na rynku produktów tego kraju.

Podstawowymi narzędziami propagandy makro są różnego rodzaju publikacje informacyjne o charakterze ogólnym, przedstawiające w pozytywnym świetle propagandowy kraj, jego gospodarkę, zasoby, ludność itp. W takim ujęciu propagandę można uznać za pomocną w działalności promocyjnej eksportera w sposób pośredni, przygotowuje ona rynek i ułatwia oddziaływanie na ten rynek.

Działalność informacyjno-propagandowa w skali makroekonomicznej jest prowadzona przez organizacje gospodarcze i instytucje nie zainteresowane bezpośrednio propagowaniem konkretnych towarów, często przez specjalne do tego powołane instytucje promocyjne o charakterze rządowym względnie półrządowym i samorządowym. Działalność taka z reguły też jest subwencjonowana przez państwo.

W skali mikro informacja i propaganda są formą oddziaływania na rynek, realizowanego przez konkretną jednostkę gospodarczą, dla zapropagowania produktów określonego rodzaju i pochodzenia. W tym sensie propaganda mikro staje się już więc etapem wstępnym do oddziaływania reklamowego na konkretnych odbiorców i w odniesieniu do konkretnych towarów.

W Polsce działalnością informacyjno-propagandową na rzecz polskiej gospodarki i polskiego handlu zagranicznego zajmuje się w pierwszym rzędzie Polska Izba Handlu Zagranicznego. Należy to do jej statutowych zadań. Działalność tę PIHZ realizuje w różnej formie: publicystykę, wydawnictwami, zakupem audycji radiowych i telewizyjnych, za pośrednictwem ośrodków kultury polskiej za granicą itp. Na zlecenie PIHZ, Agencja Reklamy i Wydawnictw Handlu Zagranicznego „Agpol” wydaje szereg periodyków w językach obcych, w których zamieszczane są publikacje informujące i propagujące polski handel zagraniczny.

Public relations

Pokrewną propagandzie prowadzonej w skali mikroekonomicznej jest „public relations”⁵, co rozumiane jako zintegrowane działanie w kierunku wyrobienia pozytywnej opinii o określonym producencie, oferowanych przez niego produktach, jak i o ogóle jego działalności handlowej i produkcyjnej. Chodzi w nim o ustanowienie i utrzymanie wzajemnego zrozumienia pomiędzy danym przedsiębiorstwem a określoną grupą społeczną. Wychodzi się bowiem z założenia, że korzystny obraz przedsiębiorstwa w oczach społeczności, z którą ma ono do czynienia, i osiągnięcie jej zaufania do firmy i jej produktów, jest istotnym uwarunkowaniem pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa.

Zadaniem public relations nie jest w zasadzie prezentowanie przedsiębiorstwa lub jego firmy. Zazwyczaj działania o tym charakterze są stosowane, gdy przedsiębiorstwo jest już znane na rynku i odbiorcy mają wyrobioną dobrą opinię o jego towarze. Obowiązkiem działania na rzecz pozytywnych „public relations” objęci są wszyscy reprezentujący daną firmę i jej wyroby, ich zachowanie, solidność w kontaktach handlowych – w sumie tworzących pozytywny obraz (image) tej firmy. Ważną formą public relations są sympozja i konferencje organizowane dla określonych kręgów

⁵ Termin angielski, w powszechnym stosowaniu z uwagi na brak jego trafnego odpowiednika w języku polskim, można określić jako „ogólne ustosunkowanie się”.

odbiorców na targach i wystawach gospodarczych w kraju i zagranicą, na których przedstawia się osiągnięcia przedsiębiorstwa, jego ważniejsze sukcesy handlowe jak i programowe dla eksportu towaru.

W Polsce public relations realizowana jest przez poszczególne przedsiębiorstwa przy pomocy ich wydawnictw, publikacji prasowych i prospektów obrazujących działalność tych przedsiębiorstw.

Reklama

Najbardziej rozpowszechnioną formą oddziaływania na rynek jest reklama, rozumiana jako zespół środków promocyjnych, przy pomocy których reklamujący pragnie u potencjalnych nabywców wywołać zainteresowanie, a w konsekwencji i chęci nabycia określonego towaru.

W działaniu reklamowym mało jest miejsca na informację o samym wytwórcy i jego charakterystykę, jak i na wszelkie inne oddziaływanie mające podnieść pozytywny stosunek do niego. Jedyny wyjątek stanowi tu reklama instytucjonalna (tzw. corporate advertising), gdzie „towarem” jest sama firma. Ta forma reklamy jest już jednak pokrewna public relations.

Reklama stosowana jest w różnej formie i przy pomocy różnorodnych środków. Biorąc pod uwagę cele, dla których stosowane jest oddziaływanie reklamowe, można wyróżnić:

- reklamę wprowadzającą określony towar na rynek,
- reklamę utrwalającą pozycję towaru na rynku, z ewentualnym dążeniem do zwiększenia nim zainteresowania i poszerzenia jego pokupności,
- reklamę prestiżową, której zadaniem jest zachowanie znaczenia reklamującej się firmy i jej produktów na danym rynku.

Przy gwałtownym rozwoju działalności reklamowej występującym współcześnie w świecie, następuje równoległe rozszerzenie różnych jej form i różnych środków stosowanych w odniesieniu do różnych kategorii odbiorców. Można je podzielić na:

- reklamę drukowaną, obejmującą prospekty, katalogi, artykuły reklamowe, ogłoszenia, plakaty, listy reklamowe,
- reklamę wizualną – filmową (kinową względnie telewizyjną), neony,
- reklamę audioalną – radiową, megafonową, telefoniczną.

Reklama może być ogólnego oddziaływania i adresowana. Ta ostatnia polega na poddawaniu działaniu reklamowemu określonych kręgów osób (konsumentów) czy instytucji i jednostek gospodarujących. Może to występować np. za pomocą telefonu, lub przez dostarczanie materiałów reklamowych bezpośrednio do adresata, za pośrednictwem poczty. Jest to tzw. direct mail⁶.

Wobec powszechności stosowania w współczesnym świecie reklamy i przyjmowania coraz to nowych jej form, przedsiębiorstwa handlu zagranicznego nie są już w stanie własnymi siłami prowadzić skutecznej działalności reklamowej.

⁶ Termin angielski powszechnie używany, który można przetłumaczyć jako pocztę bezpośrednią lub pocztę kierowaną.

W tych warunkach powszechnym staje się korzystanie z usług wyspecjalizowanych w tym zakresie przedsiębiorstw, tzw. agencji reklamowych. Agencja zna lepiej dany rynek, wie jakie na nim stosować środki reklamy i dysponuje szerszym wachlarzem narzędzi reklamy. Agencje reklamowe pośredniczą również w wyszukiwaniu odpowiednich miejsc reklamowych. Za swoje działania agencja otrzymuje wynagrodzenie prowizyjne.

Wielkie międzynarodowe agencje reklamowe rozdzielają swoją działalność na określone działania wyspecjalizowane, jak również występuje wiele agencji specjalizujących się w realizacji działań reklamowych określonego tylko typu.

Szczególną rolę na międzynarodowym rynku reklamy odgrywają agencje reklamowe typu full service (pełna obsługa), które podejmują na rzecz swoich klientów:

- badania i studia rynków, ich chłonności, struktury popytu na określony towar,
- opracowanie założeń kompleksowej kampanii reklamowej i jej realizację,
- doradztwo w zakresie formy wprowadzania nowego towaru na rynek, określenia dla niego formy działania marketingowego itd.

Koordynatorem działalności reklamowej na rzecz polskiego handlu zagranicznego jest Polska Izba Handlu Zagranicznego, przy której istnieje powołana w 1962 r. Rada Programowa d/s Reklamy. Natomiast instytucją opracowującą i realizującą kampanie reklamowe na rzecz polskiego handlu zagranicznego jest Agencja Reklamy i Wydawnictw Handlu Zagranicznego „Agpol” w Warszawie, której podjęcie reklamy towarów i usług zlecają wszystkie przedsiębiorstwa handlu zagranicznego. Agpol podejmuje również kampanie reklamowe zlecane przez firmy zagraniczne.

Sales promotion

Zespół działań promocyjnych określanych angielskim terminem „sales promotion” nie znalazł odpowiednika w języku polskim i dlatego wszyscy posługują się nazwą oryginalną. W trakcie tej działalności wykorzystywane są inne niż omówione wyżej środki, takie jak: rozdawnictwo bezpłatnych próbek i kuponów premii, obniżki cen, premie, znaczki handlowe, pokazy w sklepach detalicznych, degustacje itp. Jedną z skuteczniejszych form działania jest wysyłanie bezpłatnych próbek celem umożliwienia adresatom zaznajomienia się z wyrobem, jego oceny i akceptacji, prowadzącej do wysyłania zapytania ofertowego bądź zamówienia.

2.4. Przygotowanie oferty eksportowej

Działaniem kończącym pierwszą fazę cyklu transakcyjnego, tj. przygotowania transakcji, jest:

- podsumowanie wniosków z przeprowadzonej analizy rynku,

- określenie prawdopodobnych efektów, jakie przyniosły działania promocyjne na danym rynku.

Wnioski, jakie zostały wyciągnięte pozwalają na podjęcie decyzji odnośnie:

- asortymentu towarów, jakie mogą być zaoferowane lub zakupione na rynku zagranicznym z określeniem ich rodzaju, parametrów technicznych, jakości a również opakowania,
- ilości, jakie wchodzi w rachubę przy eksporcie względnie imporcie,
- poziomu cen, jakie przedsiębiorstwo przewiduje uzyskać względnie płacić,
- systemu sprzedaży, względnie zakupu tych towarów.

Podjęcie tych decyzji uruchamia działalność ofertową. Wstępem do tego działania staje się opracowanie kalkulacji ceny.

Kalkulacja ceny

Pod pojęciem kalkulacji ceny rozumiemy rachunkowe zestawienie kosztów sprzedaży lub zakupu określonego towaru, umożliwiające określenie jego ceny, która z kolei daje podstawę do określenia, w porównaniu z cenami tych samych względnie podobnych towarów, opłacalności zawieranej transakcji.

Ustalona w kalkulacji wstępnej cena jest przedmiotem pertraktacji ofertowo-transakcyjnych. Często operuje się nią w sposób elastyczny, wiążąc z różnymi ważnymi warunkami kontraktu, jak z wielkością partii towaru, walutą i warunkami płatności, terminem dostaw, które w decydujący sposób mogą zmienić wielkość spodziewanych zysków z transakcji.

Przed przystąpieniem do opracowania kalkulacji ceny ofertowej niezbędne jest zgromadzenie szeregu informacji, które zarówno w toku jej sporządzenia jak i po zakończeniu ułatwią ustalenie ceny słusznej i opłacalnej dla przedsiębiorstwa. Ogół tych informacji winien obejmować:

- informacje cenowe, tj.
 - ceny oferowane przez konkurencję,
 - ceny proponowane i uzyskane w poprzednich transakcjach eksportowych,
 - ceny płacone w kontraktach importowych,
- informacje o strukturze marż i prowizji w obrotach danym towarem w kraju, w którym zamierzamy ulokować nasz towar,
- informacje towarowe, tj. informacje o parametrach technicznych, jakości i użyteczności, jak i opakowaniu towarów konkurencyjnych,
- informacje o wysokości stawek celnych, opłat administracyjnych i innych.

Przy opracowywaniu kalkulacji ceny ważne jest zapewnienie sobie współpracy przedsiębiorstw usługowych i wspomagających, jak banku, spedytora itp. Dodatkowo też należy dysponować tabelami opłat transportowych i ubezpieczeniowych, oraz innych wydatków jakie będzie trzeba ponieść za granicą w związku ze sprzedażą towaru.

Ogół kosztów i wydatków wchodzących w skład kalkulacji ceny towaru podzielić możemy na dwie podstawowe grupy:

1. grupę kosztów poniesionych w walucie krajowej,
2. grupę wydatków rozliczanych w walutach zagranicznych.

Podział ten ma szczególne znaczenie dla oceny dewizowej efektywności transakcji i dewizowej efektywności działania przedsiębiorstwa.

Kalkulację ceny przeprowadza się w formie tabelarycznej, ogół wydatków układając w kolejności chronologicznej ich ponoszenia, tj. w miarę jak będą one powstawać przy realizacji transakcji, z podziałem na grupy kosztów złotych i osobno kosztów dewizowych. Kalkulację przeprowadzić możemy dwiema metodami:

- metodą progresywną, polegającą na tym, że wychodzi się w niej od ceny zbytu towaru i stopniowo dolicza wszystkie przewidziane koszty, dochodzące w ten sposób do ceny sprzedaży;
- metodą wsteczną, która za punkt wyjścia przyjmuje cenę uzyskaną na rynku zagranicznym i od niej cofając się dochodzi się do wyliczenia ceny, którą można zapłacić dostawcy krajowemu.

Przy określaniu kosztów i wydatków należy pamiętać, że ceny eksportowe w polskim handlu zagranicznym obliczane są według formuły FOB porty polskie lub franco granica PRL. Z tego względu do kalkulacji ceny eksportowej winny być wprowadzone jedynie te części opłat spedycyjno-transportowych, które ponosić będzie sprzedający. Dodatkowo jednak należy również posiadać rozeznanie odnośnie wysokości kosztów jakie należałoby ponieść przy przyjęciu formuły CIF port przeznaczenia lub franco granica kraju – importera. Rozeznanie w tym względzie może być potrzebne w trakcie prowadzenia pertraktacji cenowych z nabywcą.

Często sporządza się kalkulację wstępną w dwu lub więcej wariantach uwzględniających różne warunki dostawy, płatności, różny podział kosztów na ponoszone w walucie krajowej i w dewizach itp. Posiadanie przy negocjacjach różnych wariantów kalkulacji wyposaża wówczas negocjatorów w bardziej szeroki materiał pertraktacyjny.

W przypadku, gdy dany towar dopiero ma być wprowadzony na rynek zagraniczny, jego ocena nie powinna być w zasadzie wyższa od podobnych, względnie substytucyjnych towarów, na tym rynku już występujących. Jego wyższą cenę uzasadniać mogą jedynie znacznie wyższe parametry techniczne, szczególnie wysoka jakość, wydajność itp. Natomiast celowym jest ustalenie ceny nieco niższej od porównywalnych, występujących na danym rynku lub w handlu międzynarodowym. Czyni to oferującego bardziej konkurencyjnym w stosunku do innych oferantów. Zbyt duże jednak obniżenie ceny może spowodować posądzenie o stosowanie cen dupingowych, co w świetle istniejących w większości państw świata ustaw protekcyjnych i antydupingowych może spowodować zakaz importu danego towaru.

Konieczność skrupulatnego wyliczenia ceny zachodzi przede wszystkim wtedy, gdy mamy do czynienia z towarem niejednorodnym dla którego nie istnieją jednolite ceny światowe (np. w postaci notowań giełdowych), a więc w pierwszym rzędzie z towarami przemysłowymi względnie produkcji indywidualnej. Właściwym jest, aby kalkulacja wstępna była sporządzona dla każdej transakcji osobno. Decydującym jest czas, dla którego kalkulacja jest sporządzana. Wynika to ze zmienności szeregu elementów, które ulegając zmianom w określonym obrębie czasu wpływają na wynik finansowy całej transakcji. Z tych też względów porównywanie kalkulacji sporządzanych dla różnych transakcji bez uwzględnienia zmienności ich elementów w czasie ma tylko względną wartość porównawczą.

W szeregu przypadków, sporządzanie szczegółowej kalkulacji ceny może okazać się zbędne. Ma to miejsce przede wszystkim wówczas, gdy przedmiotem transakcji są towary o notowanych cenach na rynkach zagranicznych. Kalkulację ceny przeprowadzić wtedy należy za pomocą metody wstecznej. Wówczas, dla określenia ceny własnej można od ceny światowej (ceny rynku zagranicznego) odliczać poszczególne elementy kosztów zagranicznych i w ten sposób dojść do ceny FOB, którą przemnażając przez kurs waluty, można sprowadzić do ceny krajowej, jaką można zapłacić dostawcy krajowemu.

Podobnie postępujemy w przypadku zamierzonego importu określonego towaru na zapotrzebowanie krajowe. Wówczas podstawę wyjściową przeprowadzonej kalkulacji stanowi cena proponowana przez dostawcę zagranicznego. Cenę tę przemnażamy przez obowiązujący kurs waluty dla wyrażenia jej w złotych. Otrzymany wynik staje się przedmiotem pertraktacji z odbiorcą krajowym.

Dla towarów, których eksport się powtarza, względnie oferowanych i eksportowanych w sterszym asortymencie, często dla ułatwienia negocjacji opracowane są cenniki wewnętrzne padające (w walutach obcych) ceny tych towarów w trzech wariantach:

- ceny wywoławczej, kształtującej się na poziomie cen międzynarodowych i uwzględniającej różnice w kosztach transportu,
- ceny minimalnej, gwarantującej jednak opłacalność eksportu, ustalonej według formuły FOB porty polskie lub franco granica PRL,
- ceny najwyższej osiągniętej w transakcjach ostatniego czasu.

Cenniki te często są korygowane, co następuje w zależności od zmian koniunkturalnych i warunków na rynkach międzynarodowych. Uzupełnia się je też szeregiem wskazań korektowych możliwych przy zmianie warunków sprzedaży, formy i sposobu zapłaty, ilości oferowanego towaru itp.

Oferta

Skalkulowanie ceny oraz określenie innych warunków, na jakich gotowi jesteśmy zawrzeć transakcję kupna-sprzedaży określonego towaru czy usługi, umożliwia sprecyzowanie oferty.

Pod pojęciem oferty rozumieć należy wiążącą propozycję sprzedaży lub kupna określonego towaru względnie świadczenia usługi, w której zawarty jest ogół istotnych warunków na jakich oferent gotowy jest dokonać tej transakcji.

Oferta może być złożona w różny sposób. W praktyce zarówno w formie:

- pisemnej (list handlowy, depesza, telex), lub
- ustnej (rozmowa bezpośrednia względnie telefoniczna).

Oferta ustna potwierdzana jest w określonym czasie pisemnie. Jako propozycja, obok ceny, oferta zawiera szereg dalszych warunków, według których oferent gotowy jest sprzedać względnie nabyć towar czy usługę. Stałymi elementami oferty są:

- nazwa firmy składającej ofertę (oferenta),
- nazwa firmy, do której oferta jest składana,
- przedmiot oferty (określenie towaru lub rodzaju usług),

- ilość oferowanego towaru względnie proponowanej usługi,
- rodzaj i sposób opakowania,
- termin i miejsce dostawy,
- cena, z określeniem warunków dla jakich obowiązuje,
- warunki płatności, forma i termin zapłaty.

Sporządzona w formie pisemnej, z uwzględnieniem wszystkich istotnych warunków na jakich może nastąpić realizacja transakcji, oferta ma charakter wiążący, (o f e r t a wi ą ż ą c a – firm offer), tzn. w przypadku jej przyjęcia przez adresata składający ofertę zobowiązany jest dostarczyć towar względnie usługę. Składający ofertę zazwyczaj określa w niej okres ważności, tj. okres, w którym zobowiązuje się realizować przedmiot oferty według podanych przez siebie warunków i nie może wycofać się ze złożonej propozycji. Z tego względu są one często nazywane ofertami terminowymi.

Oferta może zawierać zastrzeżenia ograniczające lub rozwiązujące jej realizację w przypadku, gdy ze względów niezależnych od oferenta jej realizacja nie będzie mogła nastąpić np. z powodu braku zezwolenia na przywóz względnie wywóz. Odwołanie oferty wiążącej może nastąpić wówczas, gdy zawiadomienie odwołujące otrzymał adresat przed lub równocześnie z otrzymaniem oferty.

Ofertą wiążącą składa się kontrahentowi zagranicznemu wtedy, gdy dana sprzedaż względnie zakup zostały uzgodnione z jego dostawą względnie odbiorcą krajowym. Z tego względu wszelkie zgłaszane przez adresata propozycje odstępstwa od podanych w ofercie warunków, przed ich zaakceptowaniem przez oferenta, winny być również uzgodnione i zaakceptowane przez partnera krajowego. W przypadku jednak, gdy adresat oferty przyjmuje tylko część warunków, wówczas i pozostałe tracą dla oferenta moc obowiązującą i może je również zmienić. W takim układzie oferta spełniać więc będzie kontrpropozycję kontrahenta zagranicznego, którą oferent z kolei może zaakceptować.

W praktyce handlu zagranicznego spotyka się również oferty nie wiążące (oferta otwarta – quotation) będące formą listu akwizycyjnego. Z prawnego punktu widzenia tego rodzaju listy ofertowe są jedynie propozycjami względnie informacjami o oferowanych towarach i usługach, stanowiącymi wstępne zaproszenie do negocjacji handlowych. Tego rodzaju oferty w swej treści zawierają też odpowiednie uwagi jak „oferta nie wiążąca”, „oferujemy bez zobowiązania” itp.

Z uwagi na stałość występujących w ofercie informacji (szczególnie w handlu towarami typowymi i masowymi oraz usługami) stosuje się często z góry przygotowane druki ofertowe, w których w odpowiednich pozycjach wpisuje się specyficzne warunki danej oferty, natomiast ogólne warunki sprzedaży względnie zakupu są wydrukowane na stałe. Usprawnia to wystawianie ofert, pozwala na wysyłkę w większej ilości, jak i zapewnia prawidłowe ich opracowanie pod względem poprawności treści.

W zależności od tego, czy ofertę przygotowano na żądanie kontrahenta, czy też z własnej inicjatywy oferenta, rozróżniamy:

- oferty wywołane,
- oferty własne (nie wywołane).

Oferta wywołana opracowywana jest na konkretne potrzeby żądającego i z tego względu zawiera ogół takich informacji, których podania żądający się domaga, względnie które mogą go w szczególny sposób zainteresować. W zależności od potrzeby, do oferty dołącza się często bliższe opisy oferowanego towaru, rysunki techniczne, jego próbki czy wzory.

Oferta własna (nie wywołana) ma charakter oferty ogólnej, nie zawiera też zbyt wiele szczegółów, a czasem nawet nie zostaje dokładnie sprecyzowany w niej przedmiot oferty. Dopiero wówczas, gdy pobudzi ona zainteresowanie adresata, szczegółowe warunki zostaną określone już w drodze dwustronnych pertraktacji. Jej uzupełnieniem są często różne materiały informacyjne zachęcające do zawarcia transakcji, jak katalogi, prospekty czy cenniki.

Często charakter oferty ma również, lub występuje jako uzupełnienie oferty faktura pro forma, która w takim przypadku stanowi formę specyfikacji towarów z określeniem ich cen i warunków dostawy i służby kontrahentowi do uzyskania licencji importowej, przydziału dewiz czy uzyskania kredytu bankowego.

O ile zasadą jest, że tylko pełne i bezwarunkowe przyjęcie oferty tj. akceptacja oferty, jest wiążące dla oferenta, który w takim przypadku przystępuje do realizacji zamówienia, w w praktyce wypadki nie kwestionowanej akceptacji oferty w handlu zagranicznym występują rzadko. Najczęściej oferta jest wstępem wywołującym pertraktację transakcyjną, w trakcie których następuje uzgodnienie rozbieżności i niejasności proponowanych przez obie strony warunków. Jeśli natomiast oferta i jej warunki zostaną zaakceptowane, wówczas w oparciu o nią wystawione zostaje zamówienie.

2.5. Akwizycja kontrahentów

Poprzednio omówione etapy fazy preparacyjnej cyklu transakcyjnego mają za zadanie stworzenie warunków dogodnych do podjęcia akcji akwizycyjnej.

Przez akwizycję rozumie się ogół zabiegów mających bezpośrednio doprowadzić do zawarcia konkretnych umów kupna-sprzedaży. Akwizycja nie ma więc za zadanie wywołania określonych efektów psychologicznych u potencjalnych kontrahentów, lecz jest bezpośrednio ukierunkowana na spowodowanie podjęcia konkretnych decyzji co do udzielenia zamówienia.

Wyróżnia się akwizycję bezpośrednią i pośrednią. W przypadku pierwszej akwizytor działa osobiście, dążąc przez bezpośredni kontakt z potencjalnym nabywcą do wywołania pozytywnej decyzji kupna. Akwizycja pośrednia polega na oddziaływaniu na określonych reprezentantów popytu, bez wchodzenia z nimi w osobisty kontakt. Środkami tak prowadzonej akwizycji są różne formy korespondencji, uzupełniane ewentualnie próbkami i wzorami, które zresztą są wykorzystywane także przy akwizycji bezpośredniej.

Powodzenie akcji akwizycyjnej zależy od szeregu czynników, z których najważniejsze to:

- dobre przygotowanie akcji akwizycyjnej, tj. zarówno akwizytorów, jak i rynku do działalności akwizycyjnej. W pierwszym przypadku oznacza to konieczność zagromadzenia i uporządkowania dużej liczby informacji, jakie mogą być przydatne w trakcie prowadzenia działań akwizycyjnych. Przygotowanie rynku do działalności akwizycyjnej wymaga przede wszystkim ustalenia terminów wizyt w firmach, jakie zamierza odwiedzić akwizytor oraz załatwienie z tym związanych spraw organizacyjnych (rezerwacja hoteli, środków komunikacji, obsługa techniczna akwizytora lub delegacji akwizycyjnej),
- właściwy dobór osoby akwizytora lub składu delegacji akwizycyjnej. Dobrego akwizytora powinien cechować dar przekonywania rozmówców, a także umiejętność wzbudzania zaufania zarówno do tego, co przedstawia swoim rozmówcom, jak i do firmy, którą reprezentuje. W związku z tym konieczne jest, aby akwizytor posiadał odpowiednie kwalifikacje zawodowe.

Bardzo ważny jest także ogólny poziom kulturalny akwizytora, obycie towarzyskie, nienaganna znajomość języków obcych oraz łatwość nawiązywania kontaktów z ludźmi. Należy także wskazać na pożądaną ciągłość w kontaktach z danym rynkiem, w tym także ciągłość w pracy akwizycyjnej, aby dany rynek lub dany krąg odbiorców w dłuższym okresie odwiedzał ten sam akwizytor. Sprzyja to pogłębieniu stosunków z rynkiem i oparciu ich na wzajemnym osobistym zaufaniu i zrozumieniu. Niekiedy uzasadnione jest przeprowadzenie akcji akwizycyjnej nie przez pojedynczego akwizytora, lecz przez delegację składającą się z kilku osób. Istotny jest wówczas właściwy dobór członków delegacji. Często wskazuje się na celowość zwiększenia udziału w zespołach akwizycyjnych przedstawicieli producentów – chodzi głównie o pracowników komórek konstrukcyjnych, projektowych, wzorniczych, technologicznych i produkcyjnych dostawcy. Rozszerzony zakres uczestnictwa wyznaczony jest przede wszystkim przez złożoność techniczną sprzedawanego lub kupowanego wyrobu. Udział przedstawicieli producenta w skali akwizycyjnej uzasadniony jest postulatem elastyczności działania zespołu akwizycyjnego, który wymaga, aby akwizytor znał warunki, koszty, i terminy produkcji, a także trudności produkcyjne i kooperacyjne mogące wystąpić w toku realizacji zamówienia. Powinien on także posiadać szeroki zakres wiadomości dotyczących istotnych cech i możliwych zastosowań sprzedawanego względnie zakupywanego towaru (wydajność, warunki eksploatacji, sposoby demonstracji itp.). W toku akcji akwizycyjnej użyteczne mogą być także informacje na temat przedsiębiorstwa wytwarzającego towary eksportowe (charakter i profil produkcji, potencjał wytwórczy, wielkość obrotów itp.).

Literatura zalecana do rozdziału 2

- J. Borowski, Poszukiwanie i komunikowanie się z nabywcami zagranicznymi, PIHZ, Warszawa 1983.
 S. Kaczmarczyk, Źródła i wiarygodność informacji o partnerze zagranicznym, PIHZ, Warszawa 1986.
 T. T. Kaczmarek, Przygotowanie oferty eksportowej, PIHZ, Warszawa 1983,
 S. Szczypiorski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1990.

3. Faza negocjacyjna cyklu transakcyjnego

Rozpoznanie możliwości wejścia na określony rynek zagraniczny i nawiązanie kontaktu z potencjalnymi nabywcami naszych towarów, umożliwia przejście do drugiego etapu cyklu transakcyjnego, tj. podjęcie negocjacji handlowych z konkretnymi już partnerami, celem doprowadzenia do zawarcia kontraktu. Podjęcie negocjacji z partnerem zagranicznym często jednak poprzedzane jest jeszcze jedną analizą podejmowaną w przedsiębiorstwie, tj. rozpoznaniem postępowania zagranicznego kontrahenta w jego działalności handlowej, w tym przede wszystkim w procesach zakupu. Ułatwia to, szczególnie w przypadkach prowadzenia transakcji złożonych – na dobra inwestycyjne czy kompletne obiekty przemysłowe – przygotowanie negocjacji zarówno od strony rzeczowej jak i personalnej.

3.1. Analiza postępowania partnera

Analiza postępowania partnera powinna obejmować:

- ustalenie, kto wewnątrz danego przedsiębiorstwa podejmuje decyzje zakupu,
- wyjaśnienie procesów decyzyjnych w zakresie zakupów danego przedsiębiorstwa oraz jego stylu zakupów,
- określenie, do jakiej klasy zakupów należy decyzja organizacji kupującej,
- ustalenie, jakie czynniki zewnętrzne kształtujące decyzje przedsiębiorstwa kupującego mogą wystąpić w konkretnej sytuacji.

W przedsiębiorstwie kupującym zazwyczaj decyzje zakupu podejmuje grupa ludzi, a układ decyzyjny (wzajemne powiązania członków grupy wpływające na decyzje zakupu) bywa często dość skomplikowany. Liczebność, skład i wewnętrzna struktura ośrodka zakupów zależy od wielkości przedsiębiorstwa, skali jego działania na rynku, strategii marketingowej, struktury organizacyjnej, systemu zarządzania, przedmiotu zakupów i innych czynników. W grupie decyzyjnej występują zazwyczaj różnice postaw wobec przedmiotu zakupu ze strony przedstawicieli różnych pionów przedsiębiorstwa i różne kryteria oceny możliwych wariantów decyzji. Na przykład, czego innego oczekują od zakupu pion zbytu, działań reklamy czy magazynowania tego przedsiębiorstwa.

Motywy zakupów przedsiębiorstw mają podłoże racjonalne. Głównym motywem jest chęć zwiększenia zysków przedsiębiorstwa, a dokładniej, uzyskanie optymalnej

kombinacji ceny, jakości, ewentualnych usług posprzedażnych i warunków dostawy. Decyzja o zakupie podejmowana jest na bazie charakterystyk technicznych takich jak wydajność, zużycie energii, bezawaryjność itp. Odpowiedzialni za zakup pracownicy przedsiębiorstwa są zazwyczaj dobrze poinformowani o warunkach proponowanych także przez innych dostawców i o charakterystykach konkurencyjnych wyrobów. Niekiedy, przy podejmowaniu decyzji o zakupie pewną rolę odgrywają także czynniki pozaekonomiczne, jak np. dążenie kupującego (osoby odpowiedzialnej za zakup) do poprawy jego pozycji w firmie, zdobycie większego prestiżu itp. Strategia negocjacyjna polskiego producenta i eksportera uwzględniać powinna ukazaną złożoność czynników wpływających na decyzję kupna.

Przykładowo, w procesach podejmowania decyzji zakupu dóbr inwestycyjnych przez producentów, Ośrodek zakupów ma zwykle następującą strukturę:

- użytkownik nabywanego dobra (np. przedstawiciel pionu produkcji),
- zaopatrzeniowiec (kupiec), odpowiedzialny za techniczno-handlową stronę zakupu,
- doradcy,
- ostateczny decydent.

Istotnym elementem analizy postępowania przedsiębiorstwa — kontrahenta w procesie zakupu powinno być ustalenie stadiów procesu decyzyjnego zachodzącego w tym przedsiębiorstwie w związku z zamierzonym zakupem. W stadium inicjującym mamy do czynienia z przewidywaniem lub stwierdzeniem potrzeby zakupu (np. istnienie popytu na nowy towar ze strony konsumentów, wpływanie zamówień od kolejnych pośrednich ogniw dystrybucji, zmniejszenie się zapasów poniżej niezbędnego minimum). W przypadku ostatecznych nabywców dóbr inwestycyjnych szczególnie duże znaczenie będzie miała identyfikacja komórki lub komórek, które generują zapotrzebowanie na dany rodzaj sprzętu. Charakter tych komórek określać będzie dobór argumentów w czasie prowadzenia negocjacji.

Sposób podejmowania decyzji o zakupie w przedsiębiorstwie jest uzależniony od klasy zakupu. Wyróżnić można trzy modelowe klasy zakupów przedsiębiorstw:

- zakup powtarzalny (odnawiany),
- zakup powtarzalny zmodyfikowany,
- zakup nowy.

Zakup powtarzalny polega na prostym powielaniu zakupu z przeszłości. Decyzja ma charakter rutynowy, a zakup może wykonać jedna osoba. W przypadku zakupu powtarzanego zmodyfikowanego, decyzje muszą być poprzedzone systematycznym zbieraniem i analizą informacji; do ich podjęcia potrzebny jest większy zasób wiedzy, co wydłuża i komplikuje proces decyzyjny. Przykładem zakupu powtarzanego zmodyfikowanego może być kupno podobnej jak poprzednio maszyny, z tym, że inne będzie wyposażenie dodatkowe tej maszyny. Zakup nowy cechuje się jeszcze większym natężeniem procesu zbierania i przetwarzania informacji decyzyjnej. Przykładem może być zakup skomplikowanej, nowoczesnej obrabiarki, która nie była dotychczas stosowana przez danego producenta.

Poważny wpływ na rezultaty negocjacji może mieć rozpoznanie sytuacji partnera, jego możliwości, planów, trudności ich realizacji itp. Pierwzoplanowe znaczenie będą miały informacje o produkcji, zbycie, osiągniętych cenach itp. Coraz częściej

podkreśla się także użyteczność wiadomości o osobach, które będą prowadziły negocjacje ze strony kontrahenta zagranicznego, o ich upodobaniach, słabościach, o trybie życia i o stosunkach osobistych. Ujmując problem szerzej, powodzenie pertraktacji w znacznym stopniu zależy od znajomości procesów decyzyjnych zachodzących w przedsiębiorstwie partnera w związku z negocjowaniem kontraktu.

Również w działalności importowej niezbędne jest wcześniejsze zebranie informacji o potencjalnych dostawcach. Mogą to być informacje zawarte w ofertach, jak też informacje uzyskane np. poprzez wywiadowanie handlowe. Na podstawie zebranych informacji przedsiębiorstwo kupujące ustala możliwe warianty wyboru. Następnie przeprowadzana jest analiza i ocena poszczególnych wariantów. W tej fazie następuje zestawienie preferencji poszczególnych uczestników procesu decyzyjnego, rozwiązywanie ewentualnych konfliktów wewnątrz ośrodka zakupów i wybór dostawcy. Poszczególnym fazom procesu decyzyjnego odpowiada zróżnicowany i zmieniający się udział poszczególnych komórek przedsiębiorstwa kupującego. Fakt ten stwarza dodatkowe problemy, a w szczególności powoduje konieczność identyfikacji głównych uczestników zakupu w przekroju dynamicznym i nawiązania z nimi możliwie ścisłych kontaktów w celu doprowadzenia do zawarcia kontraktu.

Poznanie mechanizmu podejmowania decyzji zakupu przez przedsiębiorstwo będące naszym partnerem handlowym, oraz identyfikacja decydentów, uzupełnione być powinno analizą mogących się pojawić czynników sytuacyjnych o charakterze zewnętrznym. Czynniki te to przykładowo wprowadzenie nowego produktu przez przedsiębiorstwa konkurencyjne, znaczna zmiana cen, zmiana zakresu świadczonych usług posprzedażnych przez konkurencję, rozszerzenie zakresu gwarancji. Umiejętność przewidywania wystąpienia tych czynników pozwala przygotować producentowi kilka alternatywnych strategii negocjacyjnych, co umożliwi jego szybką reakcję na niespodziewaną zmianę warunków rynkowych.

3.2. Negocjacje handlowe

Typowym w handlu międzynarodowym jest występowanie sprzeczności interesów kupującego i sprzedającego, charakteryzujących się podejmowaniem prób przeczucia na kontrahentów możliwie najwięcej uciążliwych obowiązków, kosztów oraz ryzyka związanego z daną transakcją.

Stąd szczególnego znaczenia nabiera właściwe i precyzyjne skonstruowanie umowy kupna-sprzedaży. Jak bowiem poprzednio stwierdzono, wysłana oferta tylko w sporadycznych przypadkach jest bez zastrzeżeń przyjmowana. Podane w ofercie warunki dla kontrahenta zagranicznego stanowią zazwyczaj jeszcze zbyt wąski materiał informacyjny, w oparciu o który może on podjąć decyzję kupna względnie sprzedaży. Wymagają one z reguły uzyskania dodatkowych wyjaśnień czy podjęcia pertraktacji odnośnie oferowanych warunków transakcji. W takich warunkach kontrahent podejmuje negocjacje, polegające na przeciwstawieniu wysuwanych propozycjom kontrpropozycji i układaniu się partnerów dla osiągnięcia porozumienia odnośnie warunków transakcji.

Negocjacje handlowe są tym bardziej skomplikowane i długotrwałe, im bardziej obiektem ich jest towar czy usługa nietypowa i złożona. Wówczas jest też konieczne przed podpisaniem kontraktu sprecyzowanie różnych specjalnych warunków umowy jak i bliższe określenie towaru, poparte często precyzowaniem jego właściwości, użyteczności, parametrów technicznych itp. Najbardziej skomplikowany charakter mają negocjacje dotyczące umowy kupna-sprzedaży na kompletne obiekty przemysłowe, gdy w umowie muszą być określone również specjalne wymogi nabywcy.

Negocjacje są formą kontaktów między ludźmi i z tego względu na ich przebieg i rezultaty wpływ mają indywidualne cechy negocjatorów, ich osobista umiejętność nawiązywania kontaktów, umiejętność perswazji, chłonność pamięci, szybkość reakcji i dostrzegania związków między różnymi tematami prowadzonych rozmów. Na pomyślność negocjacji składają się w pierwszym rzędzie:

- staranne, kompleksowe przygotowanie do negocjacji, z szczególnym uwzględnieniem wariantowości przewidywanego stanowiska partnera,
- prowadzenie negocjacji zespołowo, przy dobraniu w skład zespołu osób o różnorodnych specjalizacjach zawodowych,
- poszanowanie partnerów, ich umiejętności i zasobu wiedzy.

Negocjacje handlowe mogą być prowadzone:

- drogą korespondencyjną,
- w siedzibie przedsiębiorstwa handlu zagranicznego w kraju,
- za granicą - w siedzibie partnera zagranicznego względnie w przedstawicielstwie PHZ.

Negocjacje korespondencyjne sprowadzają się do wzajemnego listowego przedstawienia sobie przez kontrahentów propozycji, które kolejno są uściślane i uzgadniane przy przyjmowaniu kontrpropozycji partnera lub warunków kompromisowych. W negocjacjach korespondencyjnych uzgadnianie poszczególnych warunków przebiega bardziej konkretnie niż w rozmowach osobistych, z reguły propozycja spotyka się z kontrpropozycją, która jest przyjmowana, względnie na którą znów przedstawia się kontrpropozycję własną. Mogą one jednak przeciągać się w czasie, co ma miejsce przede wszystkim wtedy, gdy partnerzy nie potrafią szybko uzgodnić swych warunków.

Negocjacje osobiste trwać mogą krócej. W tym przypadku wzajemna konfrontacja stanowisk w bezpośredniej rozmowie szybciej przyczynić się może do ich zbliżenia i uzgodnienia negocjowanych warunków. Ważnym jest tu jednak, aby partnerami w rozmowach były osoby kompetentne do podejmowania decyzji i przygotowane pod względem fachowym. W przypadku natomiast, gdy kompetencje negocjatorów są niepełne względnie przyznane w zbyt wąskim zakresie, czas trwania rozmów może się przedłużać, a same spotkania negocjacyjne będą przerywane lub odraczane do chwili uzyskania przez negocjatorów dodatkowych wyjaśnień czy pełnomocnictw od ich przełożonych.

Z reguły negocjacje handlowe rozkładają się na następujące etapy:

- a) przygotowanie negocjacji,
- b) prowadzenie rozmów negocjacyjnych,
- c) podsumowanie wyników negocjacji.

ad.a) Podjęcie negocjacji handlowych winno być poprzedzone starannym przygotowaniem się do nich. W etapie wstępnym niezbędne jest:

- określenie zadań i celów negocjacji,
- powołanie zespołu przygotowującego, koordynującego i nadzorującego negocjacje oraz zespołu biorącego udział w negocjacjach,
- opracowanie instrukcji dla negocjatorów.

Na tym etapie szczególnie ważne zadania przypadają zespołowi przygotowującemu i ustalającemu taktykę prowadzenia negocjacji. Pomocniczymi w tym względzie są w szczególności: analiza danych statystycznych, materiałów publikowanych i archiwalnych oraz informacji z przedstawicielstw zagranicznych. Ważnym jest przewidzenie argumentów i kontrargumentów partnerów, co pozwoli na wyprzedzające określenie wariantów własnego stanowiska.

Ważnym na tym etapie jest również powierzenie funkcji negocjatorów odpowiednim osobom. Praktykowane często jest, że bezpośrednie negocjacje prowadzą osoby należące do średniego szczebla zarządzania przedsiębiorstwa (kierownicy działów, specjaliści), a ich uzgodnienia są następnie akceptowane przez kierownictwo przedsiębiorstwa (zespół sztabowy), które wynegocjowaną treść umowy będzie podpisywało. Z tego względu zespół negocjacyjny w trakcie prowadzenia negocjacji winien mieć możliwość bieżącego kontaktowania się z zespołem sztabowym.

Najwygodniej jest prowadzić negocjacje u siebie. Daje to negocjatorom możliwość sprawnego kontaktowania się z przełożonymi, jak i umożliwia szybkie przyciągnięcie do rozmów partnerów krajowych z produkcji. Zwyczajem jest, że negocjacje prowadzone są w siedzibie eksportera.

W przypadku prowadzenia negocjacji importowych za granicą, wskazane jest korzystanie z pomocy miejscowego przedstawicielstwa handlowego znającego rynek, zwyczaje, warunki i ceny jakie na nim panują.

Sprecyzowane zadania winny być przekonsultowane, a następnie zatwierdzone przez odpowiedni szczebel decyzyjny. W oparciu o nie opracowana zostaje instrukcja negocjacyjna, która z reguły składa się z następujących elementów:

- określenie, kto ma prowadzić negocjacje, jaki szczebel będzie je zatwierdzał, kto będzie podpisywał porozumienie, określenie etapów negocjacji,
- ogół niezbędnych negocjatorom informacji o przedmiocie negocjacji,
- kwestie bezsporne, na które kontrahent już wyraził zgodę lub nie wnosi w stosunku do nich zastrzeżeń. Odnośnie natomiast pozostałych kwestii muszą zostać wytyczone pozycje wyjściowe z określeniem zakresu kompetencji, poza które negocjatorzy wyjść nie będą mogli,
- postanowienia obligatoryjne, od których negocjatorzy odstąpić nie mogą bez uzyskania uprzedniej zgody szczebla zatwierdzającego,
- postanowienia fakultatywne, którymi negocjatorzy mogą się posługiwać w zależności od przebiegu negocjacji,
- określenie dokumentów, jakie należy sporządzić w wyniku przeprowadzonych negocjacji.

Często do instrukcji dołączany jest projekt dokumentu negocjacyjnego jaki należałoby przyjąć w przypadku pozytywnej realizacji negocjacji.

ad.b) Rozmowy negocjacyjne przebiegają zazwyczaj w trzech etapach:

– etap I – wstępny

Z reguły na wstępnym spotkaniu negocjatorów załatwiane są sprawy protokolarne (wzajemne przedstawienie sobie uprawnień do negocjacji oraz posiadanego zakresu kompetencji) oraz porządkowe (przyjęcie programu negocjacji).

Z kolei następuje wzajemne przedstawienie sobie przez negocjatorów stanowisk i propozycji wyjściowych. Mają one charakter alternatyw, co pozwala kontrahentom na wybór tych koncepcji, które najbardziej są zbliżone do siebie.

– etap II – podstawowy, stanowią pertraktacje i uzgodnienia stanowisk w kwestiach spornych. W etapie tym przechodzi się od problemów ogólnych do coraz szczegółowszych i stopniowo do przybliżania stanowisk jednej i drugiej strony tak, aby nie pozostawiać żadnych luk w uzgodnieniach i uzyskać jednolitą i zgodną propozycję.

W czasie dyskusji zachodzi często potrzeba konsultacji wewnętrznej (między członkami zespołu negocjującego), względnie konsultacji zewnętrznej (tj. porozumienia się z władzami zwierzchnimi). Mogą być również niezbędne konsultacje nieformalne obu przewodniczących zespołów lub wybranych osób – specjalistów. Na ten czas zarządza się przerwy w negocjacjach.

Z reguły praktykowane jest zwoływanie przez przewodniczącego delegacji negocjującej codziennych odpraw zespołu, w czasie których dokonuje się oceny osiągniętych porozumień, wymiany poglądów, oraz ustala się i rozdziela zadania na następny dzień negocjacji.

– etap III – końcowy

Na etapie tym szczegółowo uzgadnia się uporządkowane według przyjętego w propozycji układu wszystkie części składowe umowy i w ten sposób następuje jej ostateczne sformułowanie.

W przypadku, gdy negocjacje zostały przerwane, czy to ze względu na potrzebę uzyskania dodatkowych uzgodnień czy informacji, czy też w przypadku, gdy z góry określone było, że mają się ograniczyć do danego etapu rozmów, winien być sporządzony protokół ustalający na jakim etapie negocjacje zostały przerwane, co zostało uzgodnione, jakie przyjęto już ustalenia, jakie w dalszym ciągu istnieją zastrzeżenia itp. uwagi. Ułatwią one dalsze negocjacje z chwilą ich ponownego podjęcia.

ad.c) Podsumowaniem wyników negocjacji jest sprawozdanie, w którym przedstawia się:

- warunki w jakich były prowadzone negocjacje; specyficzne tło rozmów,
- przebieg negocjacji z szerokim naświetleniem stanowiska strony przeciwnej,
- końcowy wynik negocjacji z wykazaniem spraw jakie zostały uregulowane i przyjęte przez obie strony,
- wnioski kierowane pod adresem tych jednostek organizacyjnych przedsiębiorstwa, które będą odpowiadać za nadzór i wdrożenie przyjętych w trakcie negocjacji uzgodnień.

Na zakończenie omawiania metodyki negocjacji handlowych warto jeszcze zwrócić uwagę na najczęściej popełniane w toku pertraktacji błędy:

1. Brak szczegółowego planu negocjacji z określeniem celu, możliwych ustępstw,

taktyki itp. Należy podkreślić, że ułożenie „scenariusza” negocjacji, rozłożenie ról dla poszczególnych uczestników danej grupy negocjacyjnej, wcześniejsze uzyskanie i przeanalizowanie maksimum informacji o partnerze, jego potrzebach, motywach danej transakcji itp. przyniosły niejednemu wymierny sukces polskim eksporterom i importerom, jeżeli mieli możliwości podjęcia takich wstępnych przygotowań do negocjacji.

2. Zbędne interwencje przełożonych w toku negocjacji. Bezpośrednie ingerowanie w przebieg negocjacji podejmowane przez przełożonych – zarówno w hierarchii danego przedsiębiorstwa, jak i z zewnątrz, podrywa zaufanie strony przeciwnej do dotychczasowych negocjatorów, ich pełnomocnictw, celu negocjacji itp.

3. Niedostateczne rozeznanie szczebla przedsiębiorstwa, na którym podejmowane są rozstrzygające dla danej sprawy decyzje oraz grupy osób, którzy na te decyzje mają wpływ.

4. Nieumiejętność wczuwania się w położenie partnera negocjującego (taka umiejętność określana jest w psychologii mianem empatii) często jest powodem przeciągania się negocjacji, powstania w toku ich prowadzenia sytuacji zapalnych, których likwidowanie opóźnia podpisanie umowy.

Do ważniejszych sytuacji, w których występuje brak empatii, zaliczyć można:

a. nieprzywiązywanie dostatecznej wagi do celowości „zachowania twarzy” oponenta. „Zwycięstwo” w toku negocjacji nie powinno prowadzić do „utruty twarzy” u strony przeciwnej, w szczególności w krajach, w których sprawy honoru osobistego są drażliwą kwestią;

b. niedostateczne postrzeganie różnic w sposobach rozumowania. Dojście do tego samego wniosku jest ważne, ale w sztuce negocjowania jeszcze bardziej istotne jest poznanie procesu myślenia, według którego ludzie z różnych kultur dochodzą do identycznych uogólnień i wniosków;

c. niezrozumienie sytuacji, w której znajduje się druga strona. Należy również poznać powody, dla których partner podjął negocjacje lub dla których zajmuje właśnie takie, a nie inne stanowisko. Anglicy określają tę sytuację powiedzeniem – „place yourself in the other person’s shoes”;

d. niedostateczna wiedza o historii, kulturze, problemach gospodarczych i politycznych kraju, z którego przedstawicielami podejmuje się negocjacje. Dotyczy to zarówno sytuacji, kiedy negocjacje mają być prowadzone w obcym kraju, jak i wówczas, kiedy są prowadzone w Polsce.

5. Nieumiejętność wywołania u kontrahenta zaufania do prezentowanych argumentów i dokumentacji. Podejrzliwość wynikać może zarówno z przykrych doświadczeń kontrahenta z poprzednich negocjacji z daną osobą czy grupą, jak i niewiarygodności prezentowanych opinii.

6. Nieumiejętność słuchania argumentów strony przeciwnej, przekazywanie niepotrzebnych i nieistotnych dla sprawy informacji i szczegółów.

7. Nieumiejętność sformułowania wniosku zawierającego osiągnięcie określonego etapu negocjacji na dany temat (np. kwestia transportu czy formy płatności).

8. Niedostateczne uwzględnienie czynnika czasu w negocjacjach. W niektórych krajach przyjęcie oferty i reakcja na nią, podjęcie negocjacji i zawarcie transakcji wymagają dłuższego czasu zarówno ze względu na odległość, jak i przede wszystkim

ze względu na nieufność wobec oferenta, różny sposób funkcjonowania życia gospodarczego oraz uwagi na wewnętrzny mechanizm podejmowania decyzji u partnera negocjacji.

9. Beztraska w postępowaniu z dokumentami w toku negocjacji: instrukcją, planem rozmów, materiałami dotyczącymi konkurencji, kalkulacją kosztów i cen minimalnych. Niektórzy negocjatorzy potrafią swobodnie czytać teksty odwrócone „do góry nogami”. To samo dotyczy uwzględnienia stanowisk, wymiany poglądów w grupie negocjacyjnej w obecności kontrahenta.

10. Podpisywanie w pośpiechu formularza kontraktu po uzgodnieniu tylko jego ważniejszych klauzul. Niejednokrotnie formularze zawierać mogą warunki niekorzystne, ukryte w tekście wśród wielu innych oczywistych i porządkowych klauzul.

11. Akceptowanie gestów gościnności kontrahenta, zanim porozumienie zostanie osiągnięte, niekiedy nazywa się to „pułapką gościnności”. Zaleca się więc aby akceptację zaproszeń kontrahenta odłożyć do czasu podpisania umowy, dla uniknięcia sytuacji niezręcznych, uniemożliwiających obiektywne kontynuowanie negocjacji.

Wraz z określeniem przez obie strony warunków kupna-sprzedaży kończy się etap przygotowania kontraktu. Z tą chwilą negocjujący przystępują do formułowania jego treści.

3.3. Kontrakt i jego elementy

Umowa kupna-sprzedaży zawarta z zagranicznym odbiorcą lub dostawcą towaru lub usługi nazywane jest kontraktem.

Kontrakt zostaje zawarty jako wynik prowadzonych między stronami negocjacji, w trakcie których omówiono i uzgodniono wszystkie warunki, na jakich partnerzy godzą się dokonać sprzedaży określonych towarów w zamian za świadczenia wzajemne, tj. za zapłatę określonej należności.

Przedsiębiorstwo handlu zagranicznego podpisujące kontrakt przyjmuje na siebie zobowiązanie dostarczania partenrowi zagranicznemu (względnie przyjęcia od niego) określonego dobra (towaru, usługi), w zamian za określone świadczenie wzajemne. Zgodnie z powyższym, w kontrakcie jest określony sprzedający, przyjmujący na siebie zobowiązanie dostarczania opisanego w kontrakcie dobra (na wyszczególnionych w nim warunkach), oraz kupujący, który zobowiązuje się przyjąć opisanie w kontrakcie dobro, w zamian za zapłatę umówionej w nim ceny.

Ponieważ w polskim handlu zagranicznym większość transakcji eksportowych i importowych jest zawierana na warunkach, w których PHZ prowadzi na rynku zagranicznym działalność transakcyjną we własnym imieniu, ale na rzecz krajowego eksportera względnie odbiorcy towarów importowanych, nieodzowne jest włączenie

partnera krajowego, zarówno w ustalanie warunków zawarcia transakcji na rynku zagranicznym, jak i do samych negocjacji handlowych z odbiorcą (dostawcą zagranicznym). Zwyczajem jest więc, że przy zawieraniu transakcji zagranicznych, przygotowana propozycja umowy kupna-sprzedaży uzupełniana jest przez partnera krajowego jego warunkami technicznymi. Również przed rozpoczęciem negocjacji, projekt umowy powinien być uzgodniony, a jego ostateczna wersja powinna być akceptowana parafovaniem poszczególnych warunków kontraktu przez upoważnionego przedstawiciela partnera krajowego. Zobowiązuje to go do późniejszej realizacji kontraktu na zawartych warunkach.

Rodzaje kontraktów

Praktyka handlu międzynarodowego wypracowała współcześnie wiele typów kontraktów klasyfikowanych według różnych kryteriów, jak np.:

- według terminu i czasu dostawy (np. krótko-, średnio-, długoterminowe),
- według formy świadczenia wzajemnego (gotówkowe, kredytowe),
- według rodzaju dóbr będących przedmiotem kontraktu (towarowe, usługowe), itd.

Odstępując od ich szczegółowego omówienia i formalizującej klasyfikacji, poddamy szerszej charakterystyce dwie ich grupy:

- kontraktów jedno- i wielodokumentowych,
- kontraktów zorganizowanych i swobodnych.

W zależności od formy kontraktu rozróżnia się kontrakty jednodokumentowe i wielodokumentowe.

Kontraktem jednodokumentowym nazywa się umowę mającą charakter aktu prawnego, zawartego w wyniku bezpośrednich negocjacji prowadzonych między partnerami. W trakcie tych negocjacji zostają uzgodnione wszystkie warunki dostawy przedmiotu kontraktu, wyszczególnione następnie w umowie kontraktowej, którą partnerzy podpisują za zgodność. Umowa taka sporządzona jest przynajmniej w dwóch egzemplarzach, po jednym dla każdego z partnerów. Charakterystycznym dla kontraktu jednodokumentowego jest to, że strony starają się zamieścić w nim maksymalną liczbę klauzul i uwarunkowań, sprawiających w sumie, że oczywiste intencje partnerów zgodne są do jego treści, a wszelkie możliwe do przewidzenia przypadki niewłaściwej interpretacji postanowień są z góry określone, z równoczesnym podaniem sposobu ich regulacji.

Kontrakt jednodokumentowy może być negocjowany osobiście lub drogą korespondencyjną. W przypadku przygotowywania kontraktu drogą korespondencyjną, po uzgodnieniu warunków dostawy, jedna ze stron (zazwyczaj sprzedający) przygotowuje tekst kontraktu i przesyła go drugiej stronie do podpisu. Z chwilą, gdy obie strony złożyły swoje podpisy na umowie kontraktowej, kontrakt (o ile dodatkowe klauzule nie ograniczają jego ważności — jak np. wymóg uprzedniego uzyskania licencji eksportowej względnie importowej) nabiera swej ważności i rozpoczyna się etap realizacji transakcji.

Kontraktem wielodokumentowym określa się zbiór dokumentów odzwierciedlających przebieg całej transakcji. Kontrakt ten obejmuje zazwyczaj ofertę, kontrofertę, ewentualnie uzgodnienia negocjacyjne, zamówienia i potwierdzenie zamówienia. Załącza się do niego również wiele dokumentów uzupełniających, jak: warunki techniczne dostawy, opis przemiotu dostawy, specyfikacje towarowe, pisma gwarancyjne. Kontrakt wielodokumentowy występuje z reguły wówczas, gdy przedmiotem dostawy są dobra złożone (np. kompletne obiekty przemysłowe) lub też dobra o znacznej wartości.

Porównując oba rodzaje kontraktów należy stwierdzić, że kontrakt jednodokumentowy, dzięki konieczności wprowadzenia jednoznaczności sformułowań i bardziej precyzyjnego określania warunków kupna-sprzedaży towaru, wykazuje swoją wyższość w stosunku do kontraktu wielodokumentowego.

Uwzględniając miejsce i formę zawierania kontraktów, możemy podzielić je na kontrakty zorganizowane i swobodne.

Zawieranie kontraktów zorganizowanych ma miejsce głównie na rynkach formalnych, np. na giełdach i aukcjach, gdzie przy zawieraniu kontraktów pomocna jest określona organizacja rynku. W grupie kontraktów zorganizowanych występuje duża ich różnorodność – w tym również wiele kontraktów typowych. Poszczególne organizacje występujące na rynku opracowują zazwyczaj dla handlu określonym towarem zestaw kontraktów typowych, obejmujący kilka, a czasem i kilkadziesiąt ich typów (uwzględniających różne warunki dostawy, zasady ustalania cen itp.). Umożliwia to negocjującym wybranie takiego wariantu kontraktu, który uwzględnia specyficzne warunki danej umowy.

Kontrakty swobodne są zawierane na podstawie dobrowolnego (niekiedy przypadkowego) skontaktowania się partnerów, którzy podjęli negocjacje i w wyniku uzgodnienia warunków kupna-sprzedaży przystąpili do zawarcia transakcji.

Jeśli partnerów łączą stałe stosunki handlowe bądź gdy kupujący zamawia towar ze składu lub hurtowni (na podstawie stałych warunków dostawy i ceny), kontrakt może się składać tylko z zamówienia i potwierdzenia zamówienia. Wówczas potwierdzenie przyjęcia zamówienia przesłane kupującemu, potwierdzające przyjęcie warunków jakie postawił w swym zamówieniu, rozpoczyna etap realizacji zawartej transakcji. Zdarza się, że samo zamówienie staje się podstawą jego realizacji.

Często, zamiast potwierdzenia przyjęcia do realizacji zamówienia, sprzedający przesyła zamawiającemu tzw. fakturę pro forma. Wystawiana jest ona zazwyczaj przed zawarciem transakcji, jako dowód zawarcia porozumienia w zakresie kupna-sprzedaży. Faktury pro forma mogą służyć nabywcy towaru do różnych celów, np. jako podstawa do ubiegania się o licencję importową.

Kontrakty typowe

Zawierający kontrakt zdają sobie sprawę z występowania różnic w praktyce handlowej poszczególnych krajów. Istnieje często odmienność wykładni określonych pojęć, prowadząca do nieporozumień, sporów, a nawet procesów sądowych czy arbitrażowych. Niepewności w tej dziedzinie sprowadzają się zazwyczaj do:

- różnorodności pojęć i zwyczajów stron,
- niedostatecznej znajomości praw obowiązujących w krajach obu stron,
- różnorodności wykładni obowiązków stron.

Częściowym ułatwieniem w tym zakresie jest oświadczenie partnerów w kontrakcie, że przy realizacji jego postanowień będą posługiwali się międzynarodowo przyjętymi wykładniami terminów i zwyczajów handlowych.

Kontrakty realizowane przez polskie przedsiębiorstwa handlu zagranicznego z partnerami z krajów socjalistycznych są pod względem techniczno-prawnym proste, ponieważ we wszystkich sprawach nie zregulowanych przez postanowienia kontraktu obowiązują Ogólne Warunki Dostaw RWPG, mające moc prawnie obowiązującą. Kontrakty mogą być zatem krótkoterminowe, z podaniem jedynie istotnych elementów umowy oraz zgodnym oświadczeniem stron, że w sprawach w nich nie uregulowanych obowiązują warunki OWD RWPG.

W stosunkach z partnerami z krajów kapitalistycznych, w których kontrahentów nie łączy wspólne im prawo, kontrakty muszą wszelkie prawa i obowiązki stron regulować w sposób możliwie pełny i wyczerpujący. Strony mogą wprowadzić powołać się na różne zwyczaje i formuły handlowe (np. Incoterms), czyniąc je swoją wolną częścią składową kontraktu, jednak zazwyczaj nie wyczerpują one ogółu różnorodnych warunków, na jakich kontrakt może być zawarty. Dlatego też, przy istnieniu pełnej swobody w określaniu wzajemnych praw i obowiązków stron, w praktyce treść takich kontraktów musi być za każdym razem szczegółowo określana. Przy masowym zawieraniu kontraktów oraz ciągłym występowaniu szablonowości ujęć niektórych elementów podjęto więc myśl tworzenia różnych wzorcowych kontraktów lub umów standardowych, nazywając je kontraktami typowymi.

W kontrakcie typowym większość warunków kupna-sprzedaży o charakterze ogólnym jest już ustalona z góry i wydrukowana w tekście. Do nich dołączone są jedynie specyficzne warunki, na jakich ma być realizowana transakcja, np. nazwa towaru, jego ocena, jakość, miejsce i termin dostawy.

Z punktu widzenia formalnego, kontrakty typowe dzielimy na:

- formularze będące wzorami umów, w których określone są prawa i obowiązki stron,
- formularze określające wyłącznie warunki sprzedaży (ogólne, szczegółowe, branżowe).

Dodatkowym walorem kontraktów typowych jest to, że są one zazwyczaj opracowywane przez fachowców np. z izb przemysłowo-handlowych, zarządów giełd, czy z kupieckich zrzeszeń branżowych. Pozwala to negocjatorom w ich pertraktacjach handlowych na precyzowanie tylko tych części kontraktu, które mają stanowić specyficzną stronę umowy.

Zazwyczaj dla tego samego rodzaju towaru opracowywana jest kilka kontraktów typowych, o różnych wariantach poszczególnych warunków umownych. Ma to tę zaletę, że negocjującym umożliwia bardziej elastyczne dostosowywanie warunków kontraktu do swych potrzeb.

Duży wkład w opracowywanie i przygotowanie standardowych warunków kontraktu ma Europejska Komisja Gospodarcza ONZ w Genewie, która w okresie od 1950 r. opracowała i ogłosiła kilkanaście tekstów różnych wzorcowych ogólnych

warunków sprzedaży, dotyczących obrotów towarami masowymi, inwestycyjnymi, artykułami trwałego użytku itp.

W handlu zagranicznym między państwami socjalistycznymi kontrakty typowe nie są stosowane. Obowiązują tutaj indywidualne negocjacje, na podstawie których jest opracowany kontrakt.

Przy zawieraniu kontraktów z partnerami z krajów kapitalistycznych polskie przedsiębiorstwa handlu zagranicznego dążą do stosowania własnych formularzy umów, w których wydrukowane są stałe części dotyczące ogólnych postanowień umowy sprzedaży. W ten sposób polskie przedsiębiorstwo stara się narzucać kontrahentowi dogodne dla siebie warunki i polskie prawo, jako prawo rządzące danym kontraktem. Nie zawsze jednak udaje się zawrzeć kontrakt według polskiego formularza kontraktu. Gdy kontrakt typowy nie ma zastosowania, wówczas strony muszą szczegółowo określić wzajemne prawa i obowiązki, powołując się na warunki sprzedaży określone w prawie polskim lub obcym.

Elementy kontraktu

Z handlowego punktu widzenia w kontrakcie występują dwie grupy elementów:

- podstawowe,
- uzupełniające.

Do postanowień podstawowych, mających zasadnicze znaczenie w realizacji kontraktu należą:

- a. przedmiot kontraktu (towar, usługa) wraz z jego opisem (rodzaj, gatunek, ilość, jakość, opakowanie),
- b. termin i miejsce wykonania kontraktu,
- c. cena,
- d. warunki prawne transakcji.

Do elementów uzupełniających należą: formuły i klauzule oraz uzupełniające treść kontraktu informacje typu porządkowego. Warunki uzupełniające ustalane są indywidualnie przy zawieraniu każdej transakcji w zależności od rodzaju towaru, miejsca zawarcia umowy, oraz od woli stron. Czasem są one określone przyjętymi przez obie strony zwyczajami handlowymi.

a) Przedmiot kontraktu

Przedmiot umowy, którym jest towar lub usługa, stanowi punkt wyjścia dla wszystkich następnych kwestii negocjowanego kontraktu. Od niego bowiem zależą wszelkie jego dalsze warunki — handlowe, finansowe i prawne.

Przedmiot kontraktu negocjatorów jest już znany, wymaga on jednak określenia:

1. ilości, jaką zainteresowany jest nabywca,
2. właściwości jego cech (rodzaj, gatunek),
3. stanu jakości.

ad. 1. Ilości negocjowanego towaru można wyrazić w różnych jednostkach miary, co uzależniona jest od jego rodzaju i istniejących w tym zakresie zwyczajów. Najczęściej używanymi oznaczeniami ilości są jednostki wagi, miary lub sztuki. Często jednak w obrotach towarem typowym ilość towaru precyzowana jest według określeń zwyczajowo przyjętych. Przykładowo, spotyka się podawanie ilości towaru tylko liczbę jego opakowań, tzw. colli, mających zwyczajowo przyjętą wagę (np. bawełny, baryłka ropy itp.). Zwyczajowo przyjęte ilości partii towaru są też często przedmiotem transakcji giełdowych. Są to tzw. kontrakty lub loty, których wielkość stanowi minimalną ilość towaru dopuszczonego do obrotu na danej giełdzie. Na różnych rynkach zwyczajowe jednostki miary różnią się między sobą. Istnieją: tony metryczne (1.000 kg), tony długie (1016 kg) i tony krótkie (907 kg). Waga 1 beli bawełny wynosi w USA 500 lbs, w Wielkiej Brytanii – 750 lbs, a w Indiach – 400 lbs. Z powyższych względów konieczne jest dokładne sprecyzowanie w warunkach kontraktu rodzaju danej wagi zwyczajowej. Zwyczajowe jednostki miary są stopniowo eliminowane z użycia. Następuje to pod wpływem prac Międzynarodowej Organizacji Standaryzacyjnej (International Standard Organization – ISO), która pod auspicjami ONZ systematycznie rozbudowuje jednolity system miar i wag przyjmowany stopniowo przez wszystkie państwa świata.

Przy towarach masowych precyzuje się odrębnie wagę załadowania oraz wagę wyładowania. Wynika to z przewidywań, że towar w czasie transportu może zmienić swoją wagę (np. zboże przez wysuszenie lub nawilgocenie). Często, w chwili zawierania kontraktu, nie daje się przewidzieć dokładnej ilości towaru, jaka będzie do dyspozycji (np. gdy towar trzeba dopiero zakupić). Dogodniej jest wtedy określić ilość towaru z pewnym przybliżeniem. Dodatkowym czynnikiem skłaniającym do takiego postępowania jest fakt, że przy zawieraniu kontraktu nie jest też wiadome, jakim statkiem zakupiony towar będzie przewieziony. Chęć wykorzystania w pełni ładowności statku skłania strony do nieokreślenia dokładnej ilości towaru objętej kontraktem. Jest to szczególnie dogodne przy dostawach regularnych, gdy nabywca kupuje ten sam surowiec przez dłuższy czas i nie ma dla niego znaczenia, czy w ramach danego kontraktu otrzyma nieco więcej, czy też nieco mniej od umówionej ilości. Czasem, zamiast określania wagi załadowania i wyładowania, określa się w umowie wielkość dopuszczalnych odchyleń wagi wyrażoną w procencie wagi całego towaru, czyli tzw. tolerancji wagi, oraz ubytków naturalnych. Wówczas w kontrakcie zakupioną ilość podaje się przy określeniu „około” lub „circa”.

W Jednolitych Zwyczajach i Praktyce Akredytyw Dokumentowych znajduje się stwierdzenie, że słowa „około”, „circa” lub wyrażenia podobne użyte w związku z sumą akredytywy, lub w związku z ilością lub ceną jednostkową towarów, należy interpretować jako różnicę w porównaniu z ustaleniami kontraktu, nie przekraczającą 10%. W akredytywie natomiast, jeżeli nie było innego zastrzeżenia, dopuszcza się tolerancję różnicy do 3%, z tym jednak, że należność nie przekroczy sumy akredytywy. W związku z tym konieczne staje się określenie w kontrakcie zasad, na podstawie których następować będzie rozliczenie występującego niedoboru czy nadwyżki, oraz wysokość zwyczajowo przyjętego w branży odszkodowania, tzw. refakcji.

W Jednolitych Zwyczajach i Praktyce Akredytyw Dokumentowych znajduje się stwierdzenie, że słowa „około”, „circa” lub wyrażenia podobne użyte w związku z sumą akredytywy, lub w związku z ilością lub ceną jednostkową towarów, należy interpretować jako różnicę w porównaniu z ustaleniami kontraktu, nie przekraczającą 10%.

ad. 2. Najłatwiej jest sprecyzować w kontrakcie towar, gdy można się powołać na jego nazwę handlową lub markę, czyli przyjęte przez producenta i uznane powszechnie na rynku oznaczenie danego towaru jednoznacznie go charakteryzujące. Zazwyczaj powoływanie się na markę i typ towaru występuje przy kontraktowaniu seryjnych maszyn i urządzeń o charakterze przemysłowym produkowanych przez znanych na rynku producentów. Gdy powyższe nie występuje, wówczas zachodzi potrzeba precyzowania towaru przez określenie jego rodzaju, gatunku lub standardu.

Rodzaj towaru zostaje określony przez podanie jego poprawnej nazwy w sposób dostatecznie jasny wyodrębniającej od innych podobnych.

Gatunek towaru jest określony z kolei przez pewne cechy charakterystyczne dla tego towaru, mające decydujące znaczenie dla prawidłowego wykorzystania tego towaru¹.

Pod pojęciem standardu rozumiemy określenie typowego rodzaju towaru odpowiadające określonym wymaganiom co do jakości, miary, składu chemicznego itd. Standardy ustala się przede wszystkim dla surowców, a także części maszyn, wyrobów gotowych, opakowań. Standardy towarowe różnią się między sobą w zależności od tego, kto je ustanowił. Różnią się standardy towarów będących przedmiotem obrotów na różnych giełdach, często również poszczególne państwa ustalają własne standardy na określone towary (w pierwszym rzędzie na towary rolno-spożywcze). Z tych względów dąży się do opracowywania międzynarodowych standardów klasyfikacyjnych, które przyjęte przez poszczególne państwa na zasadzie dobrowolności, mogą w poważnym stopniu usprawnić międzynarodowe obroty tymi towarami. Określeniem standardów międzynarodowych zajmuje się m. in. Europejska Komisja Gospodarcza ONZ, której komisje branżowe publikują standardy towarów poszczególnych branż. Obok niej, działalność standaryzacyjną prowadzi również szereg organizacji międzynarodowych, jak International Standard Organisation (ISO), Food and Agricultural Organisation (FAO) i szereg innych.

Przy transakcjach towarami nietypowymi i o dużym stopniu zindywidualizowania (jak np. maszyny i urządzenia produkcyjne) zachodzi konieczność wcześniejszego zapoznania się z tymi towarami. Można tego dokonać jednak tylko wówczas, gdy towar znajduje się w miejscu zawierania transakcji. Zakupu na podstawie oględzin towaru dokonuje się przede wszystkim na targach, aukcjach i wystawach – na tych ostatnich, o ile zakup eksponatów jest dozwolony.

W tych wszystkich natomiast przypadkach, gdy negocjacje dotyczą większej ilości towaru, nawet w warunkach kontraktacji targowej czy aukcyjnej, dla bliższego zapoznania się z rodzajem i gatunkiem towaru negocjatorzy posługują się:

- próbkami,
- wzorami,
- opisem.

¹ Zgodnie z powyższym, np. w handlu zbożem w kontrakcie określamy rodzaj towaru: pszenica, z kolei precyzujemy gatunek bardziej ściśle – np. red winter nr 2, przy czym dodana liczba porządkowa w tym przypadku określa stopień jej jakości.

Próbka jest to drobna (często z góry określona) ilość towaru pobrana z jego większej partii, która swym wyglądem i cechami charakteryzuje całą partię towaru. Najczęściej za pomocą próbek oferowane są takie towary jak tekstylia, surowce przemysłowe itp. Za pomocą próbek towar oferowany jest na aukcjach lub targach, często również próbki towaru dołączane są do ofert.

Wzór jako podstawa negocjacji występuje przede wszystkim w handlu towarami przemysłowymi. Ma on orientować nabywcę o właściwościach towaru, formie wykonania itp. Zazwyczaj przy określaniu nabywanego towaru za pomocą wzoru, w kontrakcie dodatkowo określa się jego cechy jakościowe.

Opis negocjowanego towaru ma charakter posiłkowy przy określaniu przedmiotu dostawy. Stosowany jest wtedy, gdy użycie innych metod precyzowania towaru jest niemożliwe czy to z uwagi na wielkość i wartość towaru (np. maszyna, kompletny obiekt produkcyjny) czy też ze względu na jego złożoność produkcyjną. Często opis uzupełniany jest rysunkami technicznymi, fotografiami, szkicem itp., które charakteryzują przedmiot negocjacji od strony technicznej i technologicznej.

ad. 3. Powszechnie stosowana w określeniu jakości towarów masowych i typowych jest klasyfikacja handlowa polegająca na szeregowaniu ich według stopnia jakości, przy przydawaniu im pewnych nazw charakteryzujących ich gatunek i jakości. Często też w tym celu używa się określeń w języku angielskim (rzadziej w innych – francuskim, hiszpańskim), jak np. extra, super, average, ordinary, bad, lub klasyfikuje liczbami porządkowymi, jak gat. I, gat. II, gat. III itd.

Mimo możliwie najbardziej dokładnego sprecyzowania w negocjacjach gatunku towaru, często przy jego dostawie mogą występować jakościowe odchylenia od ustaleń umownych. Odchylenia tego rodzaju, gdy są nieznaczne i w zasadniczy sposób nie odbiegają od przyjętej jakości mogą być dopuszczalne i nie wywołać sprzeciwu odbiorcy. Tego rodzaju odchylenia jakościowe zwane tolerancjami jakościowymi, już przy negocjowaniu warunków umowy, w szczególności przy transakcjach zawieranych na towary o charakterze masowym (np. zboża, surowce przemysłowe) określone są w formie procentowych odchyłeń od określonej normy w górę (wyższa jakość) lub w dół (jakość niższa). Natomiast przekroczenie określonej w kontrakcie normy jakościowej powoduje konsekwencje w rozliczeniach ceny jednostkowej towaru w formie jej podwyższania w przypadku, gdy jakość towaru jest wyższa, względnie obniżania, gdy stwierdzona została jakość niższa.

Przekroczenie wynegocjowanych w umowie odchyłeń poza granice dopuszczalne może stanowić podstawę do odstąpienia od realizacji kontraktu przez nabywcę, który wówczas może również zażądać pokrycia udowodnionych szkód i strat.

Obok jakości towaru w precyzowanych umowach określa się również stan towaru czyli jego kondycję. Następuje to drogą wstawienia odpowiednich klauzul do warunków umowy. Klauzula ta wiąże się z określeniem odpowiedzialności sprzedającego za transport do nabywcy. Często również w umowie wnosi się zastrzeżenia, że kondycja towaru musi być potwierdzona przez wyznaczone przedsiębiorstwo kontroli i rzeczoznawstwa towarów, które z kolei przeprowadzonej kontroli sporządza atest kondycji.

Ważnym uzupełnieniem pertraktacji odnośnie ilości, stanu i jakości towaru jest określenie rodzaju zabezpieczenia i opakowania, w którym towar będzie dostarczony

kupującemu, a także rodzaje zamknięcia, ciężar, tarę, oraz oznakowanie jakie powinno być podane przy nadaniu towaru do przesyłki.

Sprzedający zamieszcza w kontrakcie również z reguły tzw. klauzulę gwarancyjną, tj. zapewnienie, że jeśli przedmiot umowy przed upływem określonego czasu będzie nieprawidłowo funkcjonował z innych powodów niż przypadek lub wina nabywcy, wówczas udzielający gwarancji sprzedawca poniesie określoną odpowiedzialność cywilną, tj. usunie wadę na własny koszt, zwróci nabywcy pobraną cenę towaru itp.

b) Termin i miejsce dostawy

Biorąc pod uwagę czas w którym ma nastąpić realizacja umowy, ogół kontraktów podzielić możemy na:

- kontrakty z niezwłocznym terminem dostawy,
- kontrakty z przyszłym terminem dostawy, z podziałem na:
 - kontrakty krótkoterminowe, z terminem dostawy w ciągu roku,
 - kontrakty długoterminowe.

Kontrakty z niezwłocznym terminem dostawy zawierane są w pierwszym rzędzie na takie towary, które znajdują się w normalnym obiegu handlowym i sprzedający posiada na składzie. Z niezwłocznym terminem następować może również dostawa pojedynczych sztuk zamawianego towaru, jak np. eksponatów z ekspozycji targowej.

Bardziej częste są kontrakty określające dostawę w przyszłym terminie. Następuje to przez podanie w umowie konkretnej daty kalendarzowej, w której ma nastąpić dostawa towaru. W przypadku, gdy termin dostawy przypada na niedzielę lub święto, wówczas dostawa winna nastąpić w najbliższym dniu powszednim.

Konkretny termin dostawy określony jest czasem jeszcze zwyczajowymi określeniami:

- primo - co oznacza pierwszy dzień miesiąca,
- medio - piętnasty dzień miesiąca,
- ultimo - ostatni dzień miesiąca.

Obok określania konkretnych terminów dostawy, w kontraktach często oznacza się okres, w ciągu którego dostawa winna nastąpić. Wówczas sprzedający może wykonać dostawę w dowolnym dniu okresu, który biegnie do określonej daty dostawy. Przyjmuje się wówczas w kontraktach następujące określenia:

- dostawa: na początku miesiąca (zwyczajowo między 1 i 10 dniem miesiąca ...)
 - w środku miesiąca (11-20 dzień miesiąca ...)
 - na koniec miesiąca (21-30 dzień miesiąca ...)
- dostawa: w I połowie miesiąca ...
 - w II połowie miesiąca ...
- dostawa w ciągu miesiąca ...
- dostawa w miesiącu ... lub miesiącu ...
- dostawa w ciągu kwartału ...
- dostawa między (data) a (data).



Wśród kontraktów z późniejszym terminem dostawy spotyka się również tzw. kontrakty na dostawę, jak:

- kontrakt na dostarczenie, w którym przyszły termin dostawy zostaje oznaczony w sposób bardziej luźny, z wskazaniem dostawy do określonego miejsca przeznaczenia,
- kontrakt na przybycie, gdy towar wysłany z miejsca jego wyprodukowania znajduje się w drodze i – zgodnie z warunkami kontraktu – może zostać skierowany do określonego w umowie miejsca przeznaczenia,
- kontrakt na załadowanie, w którym określony zostaje termin w jakim zakupiony towar winien być załadowany na środek przewozu w oznaczonym miejscu załadowania, które też uznane zostaje tym samym za miejsce realizacji kontraktu i przekazania towaru nabywcy.

Obok nich występuje również szereg tzw. kontraktów terminowych (futures), które mają charakter transakcji spekulacyjnych przede wszystkim na giełdach. Celem ich zawarcia nie jest nabycie określonego towaru, a wykorzystanie spodziewanej w międzyczasie wyższej lub niższej cen tego towaru.

Niektóre towary przemysłowe o charakterze konsumpcyjnym posiadają swoje sezony sprzedaży, w których nasila się zapotrzebowanie rynku. Dotyczy to np. odzieży, tkanin, sprzętu gospodarstwa domowego. Dla tych towarów terminy dostaw w kontraktach są tak ustalone, aby nabywca otrzymał zakupiony towar bezpośrednio przed rozpoczęciem sezonu sprzedaży.

Dużej dokładności w ustalaniu terminu dostawy wymagają towary inwestycyjne, jak urządzenia techniczne i kompletne obiekty produkcyjne. Dostawy określonych części tych urządzeń winny następować partiami lub sukcesywnie², w określonym porządku i terminach. Terminy dostawy winny równocześnie być tak ustalone, aby wiązały się z przygotowaniem dla nich miejsc odbioru lub montażu.

Uzgodniony i ustalony w kontrakcie termin dostawy jest obowiązujący dla obu stron umowy. Z tego względu dla dotrzymania przez dostawcę terminu dostawy, często określone są kary umowne lub konwencjonalne, które ponosić on będzie w przypadku zwłoki w dostawie. Określone są one zazwyczaj w procencie wartości dostawy za każdy dzień zwłoki.

Od dotrzymania terminu dostawy i płaćenia kar konwencjonalnych dostawcę zwolnić może jedynie wystąpienie przeszkód, które niezależnie od jego chęci uniemożliwiają realizację kontraktu. Często też w kontraktach wstawia się tzw. klauzulę siły wyższej, w powołaniu na którą dostawca może powiadomić odbiorcę o niemożności dostarczenia towaru, wyrażoną w terminie do którego ogranicza się jej działanie, a po którym dostawca (wobec dalszego trwania przeszkód) będzie mógł odstąpić od realizacji dostawy.

² Przez dostawę partiami należy rozumieć dostawę tego samego towaru w określonych w kontrakcie terminach i miejscach, w powtarzających się ilościach.

Przez dostawę sukcesywną należy rozumieć dostawę towaru w określonym zestawie (np. fabryka) z zachowaniem przyjętej kolejności dostawy różnych jego części.



Sam okres występowania siły wyższej uniemożliwiającej realizację kontraktu, może być dwójakiego rodzaju:

- o charakterze długotrwałym. W przypadku jego występowania (np. wojna, zakaz eksportu) dostawca, nie mogąc przewidzieć kiedy przeszkoda ustąpi, ma możliwość niezwłocznego rozwiązania kontraktu,
- o charakterze czasowym lub przejściowym (np. strajk, kongestia w porcie), powodujący czasowe przesunięcie umownego terminu dostawy.

Pokrewną klauzuli siły wyższej jest klauzula rozszerzenia terminu dostawy, *extension clause*. Na jej podstawie dostawca według swej woli może przesunąć termin załadowania towaru o pewien okres, przy równoczesnym udzieleniu odbiorcy bonifikaty od wartości nie załadowanego w terminie towaru.

Wszelkie zmiany terminu dostawy zakupionego towaru muszą być uzgodnione z odbierającym. Z reguły też dostawy częściowe towarów winny być awizowane odbierającemu. Musi on bowiem poczynić odpowiednie przygotowania do ich przyjęcia. Z tych też względów opóźnienie dostawy towaru lub jego wcześniejsze wysłanie bez uprzedniego uwiadomienia i uzgodnienia tego z odbiorcą, jako narażające go na poniesienie strat, może być podstawą do dochodzenia odszkodowania, a nawet do odstąpienia od umowy.

Miejsce wykonania kontraktu

Istotnym w negocjacjach handlowych jest ustalenie miejsca przekazania towaru nabywcy. Najczęściej spotykanymi w wymianie międzynarodowej formami wydania towaru są:

- fizyczne wydanie towaru nabywcy w miejscu jego sprzedaży. Tego rodzaju forma przekazania występować może przede wszystkim w odniesieniu do towaru sprzedanego w małej ilości, co ma miejsce głównie na targach (np. sprzedaż eksponatu ze stoiska), aukcjach (np. sprzedaż koni, sprzedaż dzieł sztuki), czy sprzedaż towarów ze składu hurtowego,
- formalne wydanie towaru nabywcy w miejscu jego sprzedaży przez przekazanie mu dokumentów handlowych, np. warrantu względnie dokumentów potwierdzających oddanie towaru przewoźnikowi, spedytorowi itp.,
- wysłanie towaru do nabywcy określonym środkiem przewozu, przy czym za miejsce przekazania prawa własności towaru kupującemu można uważać:
 - miejsce nadania towaru do przewozu,
 - miejsce odbioru towaru od przewoźnika.

Miejsce rzeczywistego (fizycznego) wydania towaru wskazane w kontrakcie, może różnić się od umownego miejsca wykonania świadczenia (przeniesienia prawa własności). Zostaje to sprecyzowane w klauzuli domicylowej, zamieszczonej w kontrakcie. Klauzula domicylowa stwierdza, że fakt przeniesienia praw własności towaru od sprzedającego na kupującego jest podporządkowany prawu tego kraju, w którym zlokalizowane zostało umowne miejsce wykonania świadczenia towarowego.

Klauzule domicylowe mogą być również wstawiane do kontraktu przy określaniu miejsca wykonania świadczenia wzajemnego, tj. przy określeniu miejsca zapłaty za

sprzedany towar. Ma to znaczenie głównie w warunkach płatności za pomocą akredytywy dokumentowej, przy której partnerzy umowy ustalają pośrednictwo określonego banku (nabywcy lub sprzedawcy), ze sprecyzowaniem miejsca jego siedziby.

Z określeniem miejsca wykonania świadczenia towarowego wiąże się klauzula gestii transportowej, tj. zastrzeżenie w kontrakcie prawa zorganizowania transportu przemiotu umowy, z jednoczesnym obowiązkiem pokrycia jego kosztów. Określenie, który z kontrahentów ma być organizatorem przewozu, oznacza, że uzyskuje on prawo decydowania, jaką drogą, jakim rodzajem środka transportu ma być zorganizowany przewóz.

c) Cena

Ściśle wiążącym się z ogółem warunków kontraktu jest cena umowna towaru. Na jej wielkość wpływają:

- rodzaj, gatunek i jakość negocjowanego towaru,
- termin dostawy,
- miejsce i warunki dostawy,
- forma płatności.

Ceny towaru w pierwszym rzędzie zależą od tego, jakiego rodzaju, gatunku i jakości towar jest oferowany. Im są wyższe, tym cena jest wyższa. Obok nich ważną rolę w kształtowaniu ceny wywierają popyt na dany towar oraz jego podaż, które mogą ulegać zmianom zarówno o charakterze krótkotrwałym, często występując nagle i niespodziewanie, jak i o charakterze długofalowym. Występują również sezonowe wahania podaży i popytu, które muszą być brane pod uwagę przede wszystkim w tych przypadkach, gdy negocjowana jest cena towaru, który ma być dostarczony w okresie późniejszym.

Długofalowe zmiany cen występować mogą pod wpływem zmian występujących w produkcji towaru. Decydujący wpływ wywiera tu postęp techniczny, który z reguły prowadzi do podwyższenia jakości towaru, stopnia jego użyteczności, oraz zmian kosztów jego wytwarzania.

W negocjacjach dotyczących maszyn i złożonych urządzeń technicznych w kontrakcie określana jest cena za komplet lub zestaw, przy czym z reguły w załączniku specyfikuje się wartość poszczególnych części składowych kompletu. Pomaga to przy spłacaniu należności za kontraktowane urządzenie ratami, w miarę dostarczania poszczególnych części urządzenia.

W odniesieniu do towarów będących przedmiotem obrotów giełdowych, w umowach o przyszłe dostawy często zamiast precyzowania konkretnej ceny postanawia się, że nabywca zapłaci wartość dostarczonego towaru według notowań giełdy z określonego dnia, którym zazwyczaj jest umowny dzień dostawy.

W transakcjach kredytowych ceny z reguły są wyższe przynajmniej o koszt kredytu bankowego (odsetki, ubezpieczenie kredytu itp.). Podobnie różnice w wysokości ceny umownej występować mogą w zależności od tego, czy rozliczenie następować będzie w clearingu, czy w wolnych dewizach - zawsze bardziej pożądanym przez sprzedającego.

Przyjęte w kontrakcie ceny umowne w zasadzie mają charakter cen stałych. Występować jednak mogą przypadki (z reguły uwzględniane i określane w warunkach kontraktu) powodujące zmianę umówionej ceny. Tego rodzaju możliwości zmiany ceny ujmowane są w tzw. klauzuli rewizji ceny, określającej kiedy cena umowna będzie mogła ulec zmianie. Podaje się w niej obok konkretnych przypadków, które powodować mogą zmianę ceny, również tryb postępowania przy ustalaniu nowej ceny.

Od ustalonych w kontrakcie cen umownych sprzedający często udziela określonych opustów w postaci procentowej obniżki przysługującej mu należności. Ogół tych opustów podzielić możemy na dwie grupy:

- opustów w postaci skonta i rabatu, mających formę dodatkowych wynagrodzeń partnerów przez sprzedającego,
- opustów w postaci bonifikat i refakcji, mających charakter odszkodowań.

Skonto jest to procentowy opust od ceny umownej udzielony przez sprzedającego kupującemu za zapłatę należności przed terminem umownym, względnie przy zapłacie gotówką zamiast nabycia towaru na kredyt.

Rabat jest procentowym opustem udzielonym przy zakupie większej partii towaru. Czasem jest udzielany również pośrednikom lub przedstawicielom, jak również przy zawieraniu pierwszej transakcji dla zachęty nabywcy do dalszych kontraktów handlowych. Udzielenie rabatu ma często charakter poufny. Pozwala to sprzedającemu na prowadzenie zróżnicowanej polityki sprzedaży w stosunku do różnych nabywców. Odmianą rabatu jest też premia obrotowa, będąca formą zachęty do wzmocnienia zakupów, przyznawana na koniec roku obrachunkowego przez sprzedającego najpoważniejszym nabywcom.

Bonifikaty i refakcje udzielane są przez sprzedającego jako opusty od ceny umownej na skutek wniesienia przez kupującego reklamacji i zastrzeżeń odnośnie dostarczonego towaru, czy warunków dostawy. Udzielane są z różnych tytułów jak np. na skutek występowania różnic ilościowych lub jakościowych w dostraczonym towarze, na skutek zmiany kondycji towaru itp. W odniesieniu do towarów masowych zdarza się, że sprzedający z góry udziela zryczałtowanej bonifikaty na ubytki naturalne, bez konieczności uprzedniego dokumentowania powstałych ubytków.

Istnieje również szereg innych opustów od cen i wartości kontraktowych, przyznawanych w sposób nie wymuszony w formie specjalnych premii. Ogół ich ma nazwę **bonusów**. Nie zawsze mają one formę ekwiwalentu pieniężnego, chociaż w tej formie występują najczęściej. Bonusy są często zwyczajowo przyznawane przy spełnieniu przez beneficjenta określonych warunków, jak np. przy założeniu na większą ilość towarów przyznawana jest dodatkowa ilość tego towaru. Nie jest bonusem obniżka ceny względnie procentowa obniżka wartości kontraktu dokonana na skutek uzasadnionego żądania np. przy wnoszeniu reklamacji. Bonus ma zazwyczaj charakter poufny i w odniesieniu do innych opustów nie jest uwidaczniany w fakturach czy notach uznaniowych.

d) Warunki prawne

Końcowym etapem negocjacji handlowych jest określenie praw i obowiązków stron, wynikających z zawarcia umowy kupna-sprzedaży towaru będącego przedmiotem negocjacji.

Podstawowym obowiązkiem sprzedającego jest przekazanie towaru nabywcy w określonym w umowie czasie i miejscu, a podstawowym obowiązkiem kupującego jest odebranie zakupionego towaru i zapłacenie określonej w umowie ceny. Aby powyższe obowiązki spadające na obie strony umowy mogły być zrealizowane, niezbędne jest szczegółowe określenie warunków prawnych, na jakich realizacja tych obowiązków będzie mogła nastąpić. Istotne jest tutaj to, że w międzynarodowych obrotach handlowych brak jest jednolitej podstawy prawnej. Strony kontraktu mogą wprowadzić ułożyć stosunki między sobą w sposób umowny, muszą jednak zwrócić uwagę na to, aby postanowienia umowy nie były sprzeczne z normami prawa bezwzględnie obowiązującego krajów, w których mają swoje siedziby. W tej sytuacji istnieje kilka możliwości zapewnienia precyzji określenia wzajemnych praw i obowiązków stron kontraktu.

Po pierwsze strony mogą dążyć do bardzo szczegółowego opracowania każdego warunku (aspektu) zawieranego kontraktu. Wynikiem takiego postępowania są obszerne kontrakty, trudne do wynegocjowania i zredagowania, zatem nastroczające w praktyce trudności.

Po drugie, strony mogą zgodnie poddać dany kontrakt wybranemu prawu – może to być prawo jednej ze stron, a może być również przyjęte prawo państwa trzeciego. Niedogodnością takiego postępowania jest to, że przewagę uzyskuje ta strona, której prawo zostaje wybrane, a w przypadku wyboru kraju trzeciego – niedoskonała na ogół znajomość tegoż prawa przez partnerów.

Po trzecie, uregulowanie istotnych kwestii interesujących partnerów wymiany może być dokonane za pomocą umów międzynarodowych. Ograniczoność tego rozwiązania wynika jednak z faktu, że dotychczas obejmują one niewielki zakres zagadnień związanych z międzynarodowym obrotem towarowym, a ponadto konwencje międzynarodowe obowiązują tylko tych krajach, które je ratyfikowały.

W razie jakiegokolwiek sporu wynikającego z kontraktu między partnerami mającymi siedziby w różnych krajach, zastosowanie będą miały w związku z tym kolejno:

1. normy prawa bezwzględnie obowiązującego,
2. postanowienia kontraktu,
3. zwyczaje handlowe,
4. normy prawa względnie obowiązujące.

Wśród powyższych źródeł prawa nadal poważną rolę odgrywają zwyczaje handlowe (*custom of trade*), które wprowadzić nie mogą być stosowane w sprzeczności z prawem bezwzględnie obowiązującym, mają jednak pierwszeństwo przed prawem dyspozytywnym, tj. przed normami prawa względnie obowiązującymi.

Z w y c z a j h a n d l o w y jest to tradycyjna forma postępowania przy zawieraniu i wykonywaniu umów, albo powszechnie przyjęty sposób rozumienia terminologii stosowanej w handlu. Cechą charakterystyczną zwyczajów handlowych jest to, że są

one bardziej elastyczne niż normy prawa, mogą być łatwiej dostosowywane do zmieniających się warunków wymiany czy potrzeb negocjatorów umowy. Ogół zwyczajów handlowych podzielić można na powszechnie obowiązujące, na obowiązujące w poszczególnych grupach towarów i usług, oraz na lokalne.

Powszechnie obowiązujące zwyczaje handlowe są to ogólnie przyjęte zasady postępowania przy zawieraniu i wykonywaniu transakcji handlowych. Zazwyczaj stanowią one wykładnię przyjętych terminów i sformułowań.

Zwyczaje obowiązujące w określonych grupach towarowych są z reguły zwyczajami powszechnie obowiązującymi, które zostały dostosowane do specyficznych warunków wymiany określonych grup towarów lub usług. Dotyczą one w pierwszym rzędzie sposobów ustalania jakości pewnych towarów. Często są to ustalone przez branżowe związki kupców.

Zwyczaje lokalne tworzone są tylko na terenie określonych krajów lub grup krajów, względnie w obrębie działania określonych instytucji – przede wszystkim giełd, aukcji czy imprez targowych.

Szczególną formę zwyczajów handlowych stanowią *uzanse handlowe*, przez które należy rozumieć zwyczaje oficjalnie ustalone przez określone instytucje regulujące międzynarodowe stosunki gospodarcze i ogłaszane przez nie jako zalecone do stosowania.

Do takich instytucji tworzących *uzanse* należy m. in. Międzynarodowa Izba Handlowa w Paryżu, przez którą ustalone *uzanse* są uznawane dzisiaj w skali światowej.

M. I. H. w 1928 r. po raz pierwszy ogłosiła tzw. *Terms Commerciaux* (warunki handlowe), stanowiące ujednolicenie zwyczajów handlowych stosowanych w 35 gospodarczo najważniejszych w tym czasie krajach. Po 1928 r. M. I. H. kontynuowała swoje prace kodyfikacyjne, co doprowadziło do wydania w 1936 r. zestawu wykładni zwyczajów handlowych pod nazwą „*International Rules for the Interpretation of Trade Terms – INCOTERMS*”, które w latach powojennych co kilka lat są rewidowane i uzupełniane.

Obok Międzynarodowej Izby Handlowej, podobną działalność interpretacyjną prowadzą również inne organizacje międzynarodowe, raczej jednak w odniesieniu do poszczególnych branż obrotu międzynarodowego względnie dla wymiany regionalnej. „*INCOTERMS*” pozostają, spośród różnych *uzansów*, najczęściej używanymi w krajach zachodnich, jak i w stosunkach przedsiębiorstw handlu zagranicznego państw socjalistycznych z partnerami z państw zachodnich³.

Wymiana handlowa między przedsiębiorstwami państw socjalistycznych prowadzona w odmiennych warunkach, w miarę jej wzrostu również zaczęła wymagać uregulowania metod postępowania. Już od 1947 r., początkowo w drodze dwustronnych porozumień, poszczególne państwa zaczęły między sobą uzgadniać techniczne warunki dostaw, co w miarę wzrostu obrotów między nimi prowadziło do tworzenia jednolitych norm postępowania w skali całego ugrupowania państw RWPG.

³ Szerzej na temat *uzansów* (formuł) handlowych „*Incoterms*” zob.: K. Białecki, Z. Kamiński, H. Wojciechowski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1986 oraz J. Skrzypowski, A. Tynel, Zwyczaje, *uzanse* i formuły handlowe oraz OWD RWPG, PIHZ, Warszawa 1983.

W rezultacie w 1958 r. opracowany został wspólny dokument pod tytułem „Ogólne Warunki Dostaw Towarów między przedsiębiorstwami państw członkowskich RWPG” w skrócie nazywany OWD RWPG 1958”. Dokument ten uregulował całość warunków wymiany między przedsiębiorstwami państw socjalistycznych, ułatwiając samą negocjację, techniką zawierania kontraktu i formalno-prawne warunki umów. Uzupełnieniem OWD RWPG w latach następnych stały się:

- Ogólne warunki montażu RWPG 1962,
- Ogólne warunki obsługi technicznej RWPG 1962,
- Ogólne zasady zabezpieczenia części zamiennych do maszyn i urządzeń, 1966.

W 1968 r. OWD RWPG 1958 zostały znowelizowane i uzupełnione o szereg w międzyczasie wydanych decyzji m. in. sądów arbitrażowych, i przyjęte pod postacią „Ogólnych Warunków Dostaw towarów między przedsiębiorstwami państw członkowskich RWPG – OWD RWPG 1968”. Zostały one w poszczególnych krajach wprowadzone w życie drogą zarządzeń ministrów handlu zagranicznego⁴.

Kolejne zmiany i uzupełnienia, będące dalszymi etapami doskonalenia tego aktu, zostały wprowadzone z ważnością od 1.I.1975 r. oraz od 1.I.1980 r. W 1971 r. kraje członkowskie RWPG określiły również ogólne warunki wymiany z współpracującą z RWPG Jugosławią.

W latach 70-tych zmodyfikowane zostały obowiązujące dotąd ogólne warunki montażu i obsługi technicznej. Zgodnie z tym Minister Handlu Zagranicznego PRL, wprowadził do uwzględniania w kontraktach zawieranych przez polskie przedsiębiorstwa handlu zagranicznego z przedsiębiorstwami innych państw członkowskich RWPG:

1. Ogólne warunki montażu i świadczenia innych usług technicznych związanych z dostawami maszyn i urządzeń między przedsiębiorstwami krajów członkowskich RWPG (OWM RWPG – 1973),⁵
2. Ogólne warunki obsługi technicznej maszyn, urządzeń i innych krajów wyrobów dostarczanych między przedsiębiorstwami krajów członkowskich RWPG uprawnionych do działalności w zakresie handlu zagranicznego (OWOT RWPG – 1973)⁶,
3. Ogólne zasady zabezpieczenia części zamiennych do maszyn i urządzeń dostarczanych we wzajemnym handlu między krajami członkowskimi RWPG i Jugosławią.

Z dniem 1.01.1980 r. wprowadzono również ogólne warunki specjalizacji i kooperacji produkcji krajów członkowskich RWPG⁷.

Istnieją zasadnicze różnice między zbiorami uzansów wydawanych w państwach kapitalistycznych a „Ogólnymi Warunkami Dostaw RWPG”. W odróżnieniu od Incoterms, OWD RWPG mają moc obowiązującą w stosunkach handlowych między

⁴ W Polsce: Zarządzenie nr 45 Ministra Handlu Zagranicznego z 7.11.1968 r. w sprawie wprowadzenia w życie „Ogólnych Warunków Dostaw towarów między przedsiębiorstwami krajów członkowskich RWPG” w redakcji 1968 r. (OWD RWPG 1968), Dz. U. MHZ nr 15 z 1968 r.

⁵ Pełny ich tekst ogłoszony został w Dzienniku Urzędowym Ministra Handlu Zagranicznego nr 6 z 1971 r.

⁶ Zarządzenie nr 71 z 31.12.1973 r. (Dziennik Urzędowy MHZ nr 25 z 11.12.1973 r.).

⁷ Uchwała nr 161 Rady Ministrów PRL z 5.10.1979 r. (Monitor Polski nr 28 z 21.11.1979 r.).

przedsiębiorstwami handlu zagranicznego państw członkowskich. Nadanie im mocy prawnej nastąpiło drogą zarządzenia Ministra Handlu Zagranicznego. Możliwość odstąpienia od wytycznych OWD RWPG może następować tylko wówczas, gdy z uwagi na specyfikę towaru, lub właściwości jego dostawy jest ono konieczne, co winno być uzgodnione przy sporządzaniu kontraktu.

3.4. Pozwolenia przywozu i wywozu

Z chwilą podpisania, kontrakt nabiera wiążącej mocy prawnej, o ile jego wejście w życie nie zostało uzależnione w klauzuli kontraktu od spełnienia określonych warunków wstępnych.

Do takich zastrzeżeń jakie zazwyczaj wnoszą do postanowień kontraktu jego negocjatorzy należy m. in. klauzula ważności kontraktu pod warunkiem uzyskania pozwolenia na dokonanie wywozu lub przywozu towarów, na które kontrakt został zawarty, tzw. licencji eksportowej lub importowej.

Główne cele licencjonowania kontraktów handlu zagranicznego w państwach socjalistycznych są następujące:

1. możliwość wpływu na wielkość obrotów zarówno w eksporcie jak i imporcie,
2. potrzeba pełnej informacji o wykorzystaniu kontyngentów w ramach umów dwustronnych i wielostronnych,
3. eliminacja niecelowego importu,
4. realizacja importu objętego decyzjami centralnymi,
5. wgląd w rzeczową strukturę importu, o którym decydują przedsiębiorstwa,
6. zapewnienie pełnej statystyki wszystkich obrotów towarowych z zagranicą.

W Polsce, wzrost ilości podmiotów gospodarczych zajmujących się wymianą z zagranicą, przy jednoczesnym znacznym zróżnicowaniu form i metod prowadzenia tej wymiany, wymagał takiego systemu wydawania pozwoleń, który umożliwiać miał podejmowanie decyzji o wymianie przez bezpośrednich wykonawców, a równocześnie zapewniał możliwość sprawowania stosownego nadzoru w tym zakresie przez Ministerstwo Współpracy Gospodarczej z Zagranicą.

Na podstawie ustawy „Prawo Celne”⁸, handlowy obrót towarowy i usługowy z zagranicą odbywa się w ramach pozwoleń przywozu i wywozu wydawanych przez Ministerstwo Współpracy Gospodarczej z Zagranicą⁹.

Pozwolenia przywozu i wywozu wydawane są na wniosek podmiotów gospodarczych uprawnionych do prowadzenia handlu zagranicznego, jak i na towary i usługi, którymi obrót nie wymaga koncesji w postaci:

⁸ Ustawa z dnia 26.01.1975 r. Prawo Celne (Dz. U. nr 57/1984 r. poz. 290 i nr 33/1987, poz. 181).

⁹ Zarządzenie nr 10 MGWzZ z 1.4.1988 r. (Dz. U. nr 2/1988), w sprawie zasad, trybu i jednostek organizacyjnych upoważnionych do wydawania pozwoleń przywozu i wywozu w handlowym obrocie towarowym z zagranicą, wraz z instrukcją Dyrektora Departamentu Obrotu Towarowego i Usług z 1.4.1988 w sprawie funkcjonowania systemu pozwoleń, organizacji przetargów oraz ustalenia wzorów wniosków o wydanie pozwoleń przywozu i wywozu, wzorów kart statystycznych, sposobu ich rozporządzania i rejestracji wydanych pozwoleń.

1. pozwoleń generalnych na:

a. przywóz i wywóz:

- towarów centralnie bilansowanych i finansowanych w ilościach i wartościach określonych w centralnych planach rocznych,
- towarów i usług przewidzianych w umowach międzynarodowych zawierających kontyngenty obligatoryjne,
- towarów i usług w „szerokiej wymianie” wynikającej z bezpośredniej współpracy przedsiębiorstw oraz w wymianie przygranicznej realizowanej przez przedsiębiorstwa handlu wewnętrznego,
- dzieł sztuki współczesnej, rzemiosła artystycznego i pamiątkarstwa,
- towarów do reeksportu i ich eksport,
- towarów, którymi obrót z zagranicą nie wymaga koncesji;

b. przywóz:

- surowców i materiałów przeznaczonych do przerobu usługowego,
- towarów dla eksportu wewnętrznego,
- towarów kupowanych z odpisów dewizowych i własnych środków dewizowych;

c. wywóz towarów i usług w ramach wolnodewizowych, gotówkowych kontraktów eksportowych;

2. pozwoleń indywidualnych, na:

a. transakcje kompensacyjne, wiązane, barterowe, switchowe, leasingowe i inne specjalne;

b. import i eksport wszelkich innych towarów i usług nie objętych pozwoleniami generalnymi;

c. transakcje, dla których odmówiono wydania pozwolenia generalnego lub gdy pozwolenie to zostało cofnięte.

Z systemu pozwoleń wyłączone są:

- usługi spedycyjno-transportowe (morskie, kolejowe, lotnicze, samochodowe, rzeczne, oraz transportu rurociągowego),
- usługi pocztowo-komunikacyjne,
- usługi ubezpieczeniowe,
- turystyka zagraniczna,
- wpływy i wydatki z tytułu praw autorskich oraz z tytułu prowizji,
- wpływy i wydatki związane z utrzymaniem przedstawicielstw i składki do organizacji międzynarodowych,
- przekazy pieniężne z tytułu rent, emerytur i zarobków,
- usługi artystyczne i rozrywkowe.

Pozwolenia przywozu lub wywozu wydawane są przez Departament Obrotu Towarowego i Usług Ministerstwa Współpracy Gospodarczej z Zagranicą.

O wydanie pozwolenia generalnego, opiewającego na z reguły dłuższy okres (zazwyczaj roczny względnie równorzędny z okresem realizacji kontraktu długoterminowego) mogą występować przedsiębiorstwa handlu zagranicznego, których organem założycielskim lub pełniącym funkcje organu założycielskiego jest Minister Współpracy Gospodarczej z Zagranicą oraz przedsiębiorstwa handlu zagranicznego w formie spółek prawa handlowego z większościowym udziałem

Skarbu Państwa. Przed wydaniem wnioskującemu przedsiębiorstwu pozwolenia generalne przekazywane są do rejestracji w Centrum Informatyki Handlu Zagranicznego.

Każdy kontrakt wymagający pozwolenia indywidualnego powinien zawierać klauzulę uzależniającą jego ważność od uzyskania pozwolenia. Wniosek o wydanie indywidualnego pozwolenia przywozu lub wywozu składa kontraktujące przedsiębiorstwo na specjalnym formularzu w 2 egzemplarzach, w ciągu 5 dni od daty zawarcia kontraktu. W syntetycznym skrócie obejmuje on wszystkie istotne warunki kontraktu. Pozwolenie (którym jest podpisany i opatrzony pieczęcią Ministerstwa oryginał wniosku) winno być wydane w okresie 7 dni od daty zawarcia kontraktu. Termin jego ważności musi być równy z kontraktowym terminem dostawy lub płatności. Wszelkie zmiany dokonane w międzyczasie w kontrakcie wymagają anulowania wydanego i niewykorzystanego pozwolenia i sporządzenia nowej wersji.

Pozwolenie wywozu stanowi formalną podstawę realizacji wysyłki towaru za granicą. Jest ono równoznaczne z zatwierdzeniem kontraktu za zgodność z obowiązującymi przepisami dewizowymi. Z kolei, pozwolenie przywozu jest równocześnie zezwoleniem dewizowym na zapłacenie należności za zakupione towary czy usługi pod warunkiem udokumentowania uprawnień do dysponowania środkami dewizowymi na dokonanie importu.

Pozwolenia przywozu i wywozu pełnią ważną rolę przy wystawianiu zleceń spedycyjnych. Jednostka dokonująca handlowego obrotu towarowego z zagranicą może je wystawiać jedynie na podstawie ważnych pozwoleń.

Jednostki dokonujące handlowego obrotu towarowego z zagranicą zobowiązane są prowadzić rejestry pozwoleń wywozu i przywozu oraz bieżącą ewidencję ich wykorzystania w oparciu o zlecenie płatnicze i zgłoszenia celne – awizy potwierdzone przez właściwy urząd celny. Jednostki te ponoszą odpowiedzialność za bieżącą zgodność zawartych kontraktów ze stanem uzyskanych pozwoleń. Ewidencja wykorzystania pozwoleń wywozu i przywozu, prowadzona przez jednostki dokonujące handlowego obrotu towarowego z zagranicą, służy organom administracji celnej do kontroli, czy wywóz i przywóz towarów odbywa się na podstawie ważnych pozwoleń.

Literatura zalecana do rozdziału 3

- K. Białecki, Z. Kamiński, H. Wojciechowski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1986,
- T. T. Kaczmarek, Nowoczesne metody aktywizacji eksportu, PIHZ, Warszawa 1984,
- E. Karasiński, Dokumenty w handlu zagranicznym, PIHZ, Łódź 1988,
- B. Krawczyk, Zasady ustalania cen w handlu między krajami RWPG, PIHZ, Warszawa 1985,
- W. Opalko, Ustalanie ceny umownej w kontrakcie eksportowym, PIHZ, Warszawa 1983,
- J. Skrzypowski, A. Tynel, Zwyczaje, uzanse i formuły handlowe oraz OWD RWPG, PIHZ, Warszawa 1983,
- M. Stalmaszczyk, Zawieranie kontraktu eksportowego, PIHZ, Warszawa 1983,

4. Realizacja kontraktu

Podpisanie kontraktu przez obu partnerów i uzyskanie pozwolenia wywozu względnie przywozu towaru, uruchamia trzecią fazę cyklu transakcyjnego, w której przedsiębiorstwo musi podjąć szereg określonych czynności realizatorskich, w ramach których następuje fizyczne przekazanie towaru do rąk nabywcy, oraz wykonanie przez nabywającego świadczenia wzajemnego. Ogół tych czynności realizowany jest według z góry określonej kolejności działania, wykształconej w ciągu lat praktyki.

W przedsiębiorstwie handlu zagranicznego na wstępie kontrakt zostaje opisany na tzw. karcie kontraktu. Stanowi ją karta kartotekowa, w której dokonuje się zapisów:

- informacyjnych, oraz
- zapisów realizacyjnych, ewidencjonowanych w miarę realizacji kontraktu.

Do zapisów informacyjnych zaliczyć należy informacje o:

- nabywcy lub dostawcy, kraju jego pochodzenia, banku, agencie,
- towarze, obejmujące jego nazwę, symbol według nomenklatury towarowej polskiego handlu zagranicznego i przynależność do podgrupy towarowej,
- zakupionej ilości towaru, jego cenę i wartości w walucie kontraktu,
- uzyskanym pozwoleniu przywozu względnie wywozu, data, termin ważności,
- wydanym zleceniu spedycyjnym (numer, data).

W zapisach realizacyjnych odnotowuje się takie pozycje, jak:

- wysyłka względnie przyjęcie towaru (data, miejsce za- lub wyładunku, numer wagonu lub nazwa statku, zaświadczenie celne, data i miejsce przejścia towaru przez granicę),
- fakturowanie należności (numer faktury, data, wartość w walucie kontraktu), wystawienie faktury na odbiorcę względnie dostawcę krajowego (data, numer, wartość, prowizja).

Po założeniu karty kontraktu i wypełnieniu jego części informacyjnej, wpisywanie dalszych informacji następuje bieżąco, w miarę podejmowania poszczególnych czynności realizatorskich. W ten sposób karta odzwierciedla zainteresowanemu stan realizacji kontraktu.

Aby mogło nastąpić fizyczne przekazanie towaru do rąk nabywcy zgodnie z warunkami kontraktu, wydaje się następujące zlecenia:

- a. w eksporcie zlecenie producentowi wysyłki zakupionego od niego towaru do odbiorcy; w imporcie uwiadomienie dostawcy zagranicznego o uzyskaniu pozwolenia przywozu i w związku z tym wezwanie go do podjęcia wysyłki towaru na wskazany adres odbiorcy krajowego,

- b. zlecenie odbioru czyli podjęcia kontroli ilości, stanu i jakości towaru przez uprawnione do tego przedsiębiorstwo lub instytucję,
- c. zlecenie podjęcia czynności spedycyjno-transportowych przez przedsiębiorstwo spedycji międzynarodowej,
- d. zlecenie ubezpieczenia towaru w transporcie,
- e. przygotowanie deklaracji celnej i przekazanie jej upoważnionemu do dokonania odprawy celnej spedytorowi, względnie wysyłającemu lub przyjmującemu towar.

4.1. Przygotowanie towaru

Przygotowanie towaru do wysyłki, jego kompletacja, zabezpieczenie i opakowanie winny być przeprowadzone przez producenta zgodnie z wymogami kontraktu i dyspozycją transportową upoważnionego spedytora względnie zgodnie z instrukcjami ogólnymi zawartymi w polskich normach opakowaniowych¹. W eksporcie do odbiorców z krajów socjalistycznych odnośnie opakowania mają zastosowanie przepisy OWD RWPG, natomiast w przypadku eksportu do krajów kapitalistycznych opakowanie następuje w oparciu o warunki kontraktu.

Jeśli dla danego towaru nie zostały przewidziane specyficzne wymogi, należy zapewnić opakowanie zwyczajowo przyjęte w kraju jego sprzedaży. Opakowanie takie, przy zwykłym, ale należytym obchodzeniu się z ładunkiem (przy uwzględnieniu możliwości przeładunków) powinno zabezpieczyć towar przed uszkodzeniem i zniszczeniem podczas przewozu. Gdy natomiast nabywca wymaga specjalnego opakowania, może ono mu być zapewnione w miarę możliwości. Z tym, że różnica w kosztach opakowania zwykłego i specjalnego będzie pokryta przez nabywcę.

W handlu międzynarodowym, biorąc pod uwagę fakt, że z reguły występują większe odległości transportowe, dobranie odpowiedniego opakowania odgrywa dużą rolę. Zależy ono wówczas od:

- właściwości towaru,
- rodzaju i warunków transportu,
- warunków składowania,
- przystosowania handlowego.

Obok funkcji zabezpieczenia towaru przed niekorzystnymi wpływami czynników zewnętrznych (mechanicznych, klimatycznych, biologicznych) oddziałujących na towar w czasie jego składowania i przenoszenia żąda się często, w odniesieniu do niektórych towarów, aby opakowanie spełniało równocześnie funkcje reklamowego pobudzania atrakcyjnym wyglądem do jego zakupu.

¹ Do 1971 r. instrukcje i przepisy dotyczące opakowań opracowywał Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań w Warszawie. Od 1971 r. obowiązują polskie normy, w dużym stopniu opracowane w oparciu o instrukcje COBRO.

W zależności od spełnianych funkcji, opakowanie można klasyfikować na:

- opakowanie podstawowe (bezpośrednie, jednostkowe). Są to opakowania związane z samym towarem i umożliwiające jego sprzedaż jak: puszki konserwowe, butelki z napojami itp. Zazwyczaj spełniają one również funkcje reklamowe;
- opakowania zbiorcze, stosowane w przypadku wysyłki w jednym opakowaniu transportowym kompletu różnych typów, rodzajów lub odmian towaru. Mogą w nim być również pakowane komplety bez opakowań jednostkowych. Ciężar brutto opakowania zbiorczego nie powinien przekraczać 50 kg. Opakowanie zbiorcze może równocześnie być i opakowaniem jednostkowym, jak i pełnić rolę opakowania transportowego;
- opakowania pośrednie (transportowe), których celem jest ochrona towaru przed zniszczeniem lub uszkodzeniem. Do tej grupy opakowań należą skrzynie, beczki, pudła itp., w których towar jest transportowany. W opakowaniu transportowym umieszcza się towary poprzednio opakowane w opakowania podstawowe, ewentualnie zbiorcze,
- opakowania pomocnicze (zabezpieczające), stanowiące dodatkowe zabezpieczenie towaru, jak: wełna drzewna, karton, papier itp.

Opakowania mogą być wykonane z różnych materiałów, jak z drewna, metalu, tektury, szkła, tworzyw sztucznych itp.

Przystosowanie odpowiedniego opakowania następuje zawsze do konkretnego rodzaju produktu, dla którego winno w pierwszym rzędzie stanowić zabezpieczenie przed uszkodzeniem. Im bardziej też mamy do czynienia z wyrobami złożonymi i skomplikowanymi, tym bardziej funkcje zabezpieczające opakowania nabierają decydującego znaczenia. Wyroby takie muszą bowiem być zabezpieczone zarówno przed wpływami atmosferycznymi (działanie wilgoci, zbyt wysokich lub niskich temperatur), jak i uszkodzeniami mechanicznymi w czasie transportu, przeładunków i dłuższego nieraz składowania u odbiorcy. Niebezpieczeństwo uszkodzenia towarów podczas tych operacji jest duże i jedynym sposobem jego uniknięcia jest zastosowanie właściwego opakowania i z właściwych materiałów, przy przestrzeganiu instrukcji wysyłkowych, tym bardziej dokładnie precyzowanych w kontraktach, im bardziej towar jest podatny na uszkodzenia.

Opakowanie winno być wytrzymałe, zapewniające ilościową i jakościową nienaruszalność towaru w czasie jego przemieszczania do ostatecznego odbiorcy. Z tego względu przy jego zaprojektowaniu uwzględnić trzeba również ogólne wymogi transportowe, a więc kierunek wysyłki, odległości przewozowe, rodzaj środka transportu, ilość przeładunków oraz przewidywany czas transportu.

Konieczność tak szczegółowego projektowania spraw związanych z przygotowaniem towaru do wysyłki i jego opakowaniem wynika w pierwszym rzędzie z faktu, iż producent ponosi odpowiedzialność za wszelkiego rodzaju uszkodzenia ładunków powstałe na skutek złego opakowania, jak i za właściwe zabezpieczenie samego towaru wewnątrz opakowania, jak np. właściwe zabezpieczenie i uodpornienie na korozję. Jedynym, które w tym przypadku zwalnia wysyłającego od odpowiedzialności w tym zakresie, jest wystąpienie siły wyższej, jak katastrofy środka transportu, powodzi, trzęsienia ziemi itp.

O ile kontrakt nie precyzuje sposobu i rodzaju oznakowania jednostek opakowań, zastosowanie mają przepisy polskich norm, w myśl których sprzedający zobowiązany jest każdą jednostkę opakowania zaopatrzyć w trwałe odciskowanie, odporne na zatarcie mechaniczne lub atmosferyczne. Odciskowanie takie winno obejmować:

- numer kontraktu,
- adres oraz miejsce przeznaczenia,
- ciężar brutto i netto w kg.,
- liczbę skrzyń, klatek itp., wchodzących w skład jednego transportu,
- informacje dotyczące właściwego manipulowania ładunkiem.

Oprócz oznakowania zasadniczego i informacyjnego, opakowania zaopatrywane są również w oznaczenia określające rodzaj ładunku oraz sposób obchodzenia się z nim w czasie transportu i składowania, a także w znaki ostrzegawcze.

Znaki umieszczone na sztukach opakowań wysyłanych za granicę winny być wykonane w jednym z języków przyjętych w handlu międzynarodowym.

Najbardziej dogodnym jest transport drogowy, umożliwiający przemieszczenie towaru wprost z miejsca wyprodukowania do miejsca przeznaczenia (transport typu „dom w dom”). Możliwości jego wykorzystania są jednak poważnie ograniczone, szczególnie przy przewozie ładunków ciężkich lub o dużych wymiarach gabarytowych. Przy przewozie przedmiotów o ponadgabarytowych wymiarach zachodzi konieczność ograniczenia lub nawet wstrzymania ruchu innych pojazdów, a dozwolone obciążenie mostów drogowych – zazwyczaj 30 T – uniemożliwia transport ładunków przekraczających ten ciężar.

Dogodniejsze warunki pod względem przewozu ładunków ciężkich i o dużych wymiarach stwarza transport kolejowy. Nawet duży ciężar skupiony na podłodze wagonu uciskając na oś, rozkłada się równomiernie za pomocą szyn i nie powoduje odkształceń drogi przewozu. Również mosty kolejowe dopuszczają obciążenia wielokrotnie większe od dozwolonych na mostach drogowych. W zależności więc od rodzaju ładunku, jego ciężaru gabarytowego i skrajni ładunkowych, następuje wybór odpowiedniego środka transportu.

4.2. Odbiór i kontrola towaru

Odbiór towaru w handlu zagranicznym polega na jego sprawdzeniu i stwierdzeniu, czy odpowiada on pod względem ilości, stanu i jakości warunkom określonym w kontrakcie.

W zależności od postanowień kontraktu, odbiór i kontrola towaru mogą być dokonane w kraju eksportera (w miejscu wyprodukowania towaru lub przed załadowaniem do środka transportu), względnie w kraju importera (np. w porcie wyładunkowym lub w magazynie odbiorcy). Zwyczajowo przyjmuje się, że odbiór winien być dokonany u eksportera. W takim bowiem przypadku może on łatwiej dokonać wymiany zakwestionowanego towaru lub jego partii. Z reguły już w samym kontrakcie strony ustalają kto, i w jaki sposób ma dokonać odbioru i akceptacji

towaru eksportowanego względnie zakupionego zagranicą. Zazwyczaj też określone przy tym zostają dokumenty, jakie mają potwierdzać fakt dokonania odbioru ilościowego i jakościowego towaru.

Zgodnie z obowiązującymi w PRL przepisami, towary rolno-spożywcze zarówno w imporcie jak i eksporcie są poddawane urzędowej kontroli jakościowej dokonywanej przez Centralny Inspektorat Standaryzacji, podległy Ministerstwu Współpracy Gospodarczej z zagranicą. Bez atestu CIS towary takie nie mogą być poddane kontroli celnej, czyli, że nie mogą przekroczyć granicy celnej kraju. Podobnie i w wielu krajach rozwiniętych gospodarczo istnieje obligatoryjna kontrola jakościowa towarów rolno-żywnościowych. Obligatoryjnej kontroli podlegają również takie towary, jak farmaceutyki i inne dobra, mogące mieć wpływ na zdrowie czy życie konsumentów. Kontrola ich jakości prowadzona zazwyczaj jest bardzo dokładnie przez specjalnie dla tych celów powołane instytucje rządowe.

Z przeprowadzonej kontroli sporządzone są orzeczenia, będące podstawą do wystawienia świadectw standaryzacyjnych, które są dokumentem dopuszczającym towar do eksportu względnie dopuszczającym towar importowany do obrotów na terenie kraju. Oryginał świadectwa otrzymuje urząd celny, a kopię przedsiębiorstwo eksportujące względnie importujące.

Odbioru jakościowego „na zlecenie” dokonują wyspecjalizowane przedsiębiorstwa rzeczoznawstwa i kontroli towarów, posiadające uprawnienia do przeprowadzenia tego rodzaju działań i do sporządzania protokołów pokontrolnych, tzw. atestów jakości. W Polsce najczęściej odbioru towarów (zarówno ilościowego jak i jakościowego) dokonują P. P. „Polcargo”, Rzeczoznawstwo i Kontrola Towarów w Obrocie Międzynarodowym, Przedsiębiorstwo Rzeczoznawstwa i Kontroli „Shipcontrol” w Gdyni, względnie Polskie Towarzystwo Kontroli S.A. „Supervise”. W przypadku potrzebny dokonania odbioru towarów specjalnych, można również zlecać przeprowadzenie kontroli jakościowej zagranicznym instytucjom rzeczoznawstwa i kontroli, względnie za pośrednictwem „Polcargo” – zagranicznym firmom powierniczym.

Obok specjalnych przedsiębiorstw i instytucji kontrolnych istnieją również samodzielni tzw. „rzeczoznawcy ilości, wagi i miary towaru” ustanawiani przez Polską Izbę Handlu Zagranicznego, zaprzysiężeni i rejestrowani na liście rzeczoznawców określonych towarów.

Czynności odbioru towarów podejmowane są po zgłoszeniu przez producenta, że towar jest gotowy do wysyłki. Kontrola wykonywana jest:

- dla towarów przetworzonych – w miejscu ich produkcji lub składowania,
- dla towarów świeżych lub łatwo psujących się – w punktach granicznych.

Kontrola może być całkowita (sprawdzanie wszystkich sztuk towaru eksportowanego) lub wyrównoważona – metodą reprezentacyjną. Towary masowe badane są na podstawie pobranych próbek. Samo badanie jakości towaru przeprowadzane jest w różny sposób:

- metodą organoleptyczną, co odnosi się w pierwszym rzędzie do określania cech jakościowych towarów żywnościowych,
- metodą pomiarów i prób dokonywanych w laboratoriach, względnie przez sprawdzenie parametrów technicznych i sprawności działania.

Po odbiorze jakościowym następuje odbiór ilościowy, tj. sprawdzenie, czy przygotowany do transportu towar odpowiada pod względem ilościowym warunkom kontraktu. Następuje to przez stwierdzenie ilości i wagi towaru, formy jego opakowania, przystosowalności wybranego środka transportu, sposobu załadowania itp.

Odbiór ilościowy – zgodnie z ustaleniami kontraktu – może być dokonany w różnych miejscach: w magazynie producenta, przy załadunku do wagonu względnie na statek, jak i przy wyładunku ze środka transportu w kraju przeznaczenia.

Maszyny i urządzenia techniczne z reguły odbierane są w dwóch etapach. Odbiór wstępny dokonywany jest w zakładzie produkcyjnym, natomiast odbiór ostateczny następuje po zamontowaniu urządzenia – drogą rozrachunku wstępnego.

Z dokonanego odbioru jakościowego i ilościowego sporządza się protokoły będące podstawą do wystawienia certyfikatu lub atestu, stanowiącego orzeczenie o rodzaju, stopniu jakości i stanie wartości handlowej towaru. Z reguły opisuje się w nim również jakie działania kontrolne i jaką metodą były podjęte dla wydania orzeczenia.

4.3. Spedycja i transport

Kolejnym zleceniem, jakie musi udzielić przedsiębiorstwo z chwilą rozpoczęcia realizacji postanowień kontraktu, jest wydanie dyspozycji spedycji towaru. Tylko w wyjątkowych przypadkach dokonuje się spedycji w własnym zakresie – dotyczy to w zasadzie drobnych przesyłek lotniczych względnie pocztowych.

Większość czynności spedycyjnych wykonywana jest w imieniu i na rachunek jednostek dokonujących handlowego obrotu towarowego z zagranicą przez specjalistyczne przedsiębiorstwa spedycji międzynarodowej „C. Hartwig”. Działają one w Polsce pięć:

- „C. Hartwig” w Warszawie, zajmujące się spedycją międzynarodową koleją przez granicę wschodnią, samochodową w relacjach europejskich z wyjątkiem krajów skandynawskich, oraz lotniczą we wszystkich relacjach międzynarodowych,
- „C. Hartwig” w Katowicach, zajmujące się spedycją międzynarodową koleją przez granicę zachodnią i południową, oraz żeglugą śródlądową we wszystkich relacjach, a także spedycją samochodową do krajów Bliskiego i Środkowego Wschodu,
- „C. Hartwig” w Gdańsku, zajmujące się spedycją międzynarodową drogą morską przez port w Gdańsku oraz samochodową do Finlandii,
- „C. Hartwig” w Gdyni, zajmujące się spedycją międzynarodową drogą morską przez port w Gdyni,
- „C. Hartwig” w Szczecinie, zajmujące się spedycją międzynarodową drogą morską przez porty w Szczecinie, Świnoujściu i Kołobrzegu oraz samochodową do krajów skandynawskich – z wyjątkiem Finlandii.

Dyspozycje spedycji towaru wystawiane są w formie tzw. zleceń spedycyjnych sporządzonych na odpowiednich formularzach. Wyjątkowo są one

udzielane telefonicznie lub dalekopisem. W ramach jednego kontraktu wystawiane jest jedno zlecenie spedycyjne. Zlecenie spedycyjne zawiera zasadnicze dane o kontrakcie oraz wskazówki niezbędne dla zorganizowania spedycji i transportu zgodnie z warunkami kontraktu. W Polsce obowiązują ujednolicone wzory „zleceń spedycyjnych” dla eksportu i importu niezależnie od tego, jakim transportem będzie dokonany przewóz danego ładunku.

Przed zawarciem kontraktu przedsiębiorstwo winno zasięgnąć w PSM C. Hartwig porady dotyczącej warunków transportu. W samym kontrakcie, przy ustalaniu warunków transportowych powinny zostać określone:

- PSM C. Hartwig jako spedytor,
- zasada, że towar będzie wysłany zgodnie z instrukcją wysyłkową PSM C. Hartwig względnie jego agenta.

PHZ wydając zlecenie do PSM C. Hartwig winien:

- przekazać niezbędne informacje o towarze,
- załączyć rozdzielnik, specyfikację, faktury itp.,
- przesłać kopie zleceń do „Polfrachtu”, Centralnego Inspektoratu Standaryzacji, „Polcargu”,
- właściwego przygotowania towaru,
- zgłoszenia do PCM C. Hartwig gotowości towaru do wysyłki,
- wysłania towaru po otrzymaniu instrukcji wysyłkowej od PSM,
- załączenia do przesyłki dokumentacji wymaganej w obrocie międzynarodowym,
- awizować PSM o wysłaniu towaru,
- opakować i oznakować towar stosownie do instrukcji,
- bieżąco informować PSM o ewentualnych zmianach.

Rozliczenie między PSM a PHZ następuje na podstawie:

- taryfy spedycyjnej,
- taryfy przewozowej i usługowej dla obrotu towarowego w kraju i zagranicą.

Zlecenie musi być wydane spedytorowi w takim terminie, aby mógł on podjąć odpowiednie czynności przygotowawcze oraz wydać odpowiednie dyspozycje przewoźnikowi.

Do zlecenia załącza się rozdzielniki, specyfikacje, faktury i inne dokumenty niezbędne dla prawidłowego wykonania zlecenia, jak również – o ile możliwe – odpisy kontraktów lub umów czarterowych. Spedytor winien otrzymać również kopie zleceń skierowanych do Polfrachtu, oraz do Polcargu lub Shipcontrol'u względnie Centralnego Inspektoratu Standaryzacji.

Poza samym zleceniem spedycyjnym wystąpić może uzupełnienie zlecenia spedycyjnego. Dokument ten wystawiany jest w przypadku, gdy po wystawieniu zlecenia spedycyjnego dokonane zostały zmiany w warunkach kontraktu. Przez uzupełnienie zlecenia spedycyjnego przekazywane są przedsiębiorstwu spedycyjnemu dodatkowe dyspozycje bądź zmieniane lub uzupełniane poprzednie zlecenia.

Na podstawie otrzymanego zlecenia spedytor wybiera odpowiedniego przewoźnika, któremu zleca dokonanie przewozu towaru na warunkach określonych w kontrakcie, a w przypadku zlecenia spedycyjnego importowego porozumiewa się z

spedytorem dostawcy zagranicznego i uzgadnia z nim drogę przewozu, reekspedycję towaru i jego rozdział na terenie kraju.

Czynności spedycyjne różnią się między sobą w zależności od tego czy mamy do czynienia z:

- transportem morskim,
- transportem lądowym,
- transportem samochodowym.

Przewóz transportem morskim może być dokonany statkami linii regularnych lub statkami trampowymi.

W obu przypadkach czynności transportowe podejmowane są w oparciu o zawartą umowę frachtową, na podstawie której armator (dysponent statku) podejmuje się odpłatnego przewiezienia towaru, a frachtujący (zlecający przewóz) zobowiązuje się dokonać zapłaty za przewóz, czyli za tzw. fracht. Umowa o transport morski może być:

- **czarterowa**, na podstawie której czarterujący wynajmuje statek lub jego część na określoną podróż (czarter na podróż) lub na szereg podróży (czarter na czas) w dyspozycji wynajmującego,
- **bukingowa**, potwierdzająca przyjęcie towaru do przewozu określonym statkiem linii regularnych w ustalonym terminie i relacji.

Na dowód przyjęcia towaru do transportu wydawane są dwa rodzaje dokumentów:

- **kwit sternika** - będący dowodem załadowania towaru na statek,
- **konosament** - będący dokumentem potwierdzającym przyjęcie określonej partii na statek w celu przewozu do określonego portu i zobowiązujący przewoźnika do wydania towaru posiadaczowi tego dokumentu w porcie przeznaczenia. Konosament jest papierem wartościowym upoważniającym jego posiadacza do dysponowania ładunkiem. Jest on wystawiany na podstawie kwitu sternika i wydany w zamian za niego.

Rozróżniamy **konosamenty**:

- **zwykłe**, na podstawie których dokonuje się przewozu towaru jednym statkiem między dwoma portami,
- **przeładunkowe**, przewidujące przeładunek towaru na inny statek w drodze do wyznaczonego miejsca odbioru towaru,
- **bezpośrednie**, obejmujące przewóz kombinowany np. statek - wagon kolejowy.

Konosamenty mogą być wystawiane na określonego odbiorcę zagranicznego, na wskazany imiennie bank, lub na zlecenie. Ten ostatni może być odstępowany drogą indosu, tj. przez złożenie podpisu przez jego właściciela na odwrocie i imienne wskazanie odbiorcy towaru, względnie „in blanco”.

W przypadku, gdy stan towaru względnie jego opakowanie budzi wątpliwość np. pod względem trwałości, możliwości uszkodzenia itp. czyni się odpowiednie adnotacje w konosamencie. Nazywany on jest wówczas „konosamentem brudnym” lub „nieczystym”.

Wysokość opłat za przewóz transportem morskim czyli **tzw. wysokość frachtu**, zależy od długości trasy przewozu, wartości przewożonego towaru i jego wielkości (kubatury ładunku).

Do obowiązujących stawek zasadniczych przewoźnik morski może doliczać dodatkowe opłaty lub odliczać opusty. Dodatki podwyższające opłaty mogą być

stosowane np. gdy statek ma przewieźć towar do tzw. portów trudnych, do których dostęp jest – z różnych względów utrudniony. Opusty udzielane są przy przewozie większej partii towaru, za regularne korzystanie z danej linii przewozowej itp.

W transporcie kolejowym umowa i przewóz dokonywana jest na piśmie w formie listu przewozowego.¹ Dowodem przyjęcia towaru do przewozu jest wydanie wórnika listu przewozowego. Przesyłki w transporcie międzynarodowym nadawane są na podstawie międzynarodowego listu przewozowego.

Wysokość opłat za przewóz transportem kolejowym zależy od: rodzaju przewożonego towaru, ciężaru przesyłki, odległości i sposobu przesyłki. Opłaty są zróżnicowane w zależności od tego czy przewozu dokonuje się przesyłką zwyczajną czy pośpieszną, drobnicową czy całowagonową. Dodatkowe opłaty stosuje się przy przewozach, w których towar wymaga specjalnej opieki (np. zwierzęta żywe).

Międzynarodowy transport samochodowy dokonywany jest na podstawie dokumentu przewozowego zwanego międzynarodowym samochodowym listem przewozowym. Konwencja celna w sprawie międzynarodowego przewozu towarów (TIR) z 15.1.1959 r., do której należy Polska², wprowadziła następujące zasady obowiązujące międzynarodowy transport samochodowy:

- dopuszczone do przewozów międzynarodowych są pojazdy zaopatrzone w tzw. karnety TIR
- konieczne jest posiadanie świadectwa zdolności technicznej pojazdu,
- przejazd przez obce terytorium może następować tylko określoną trasą,
- władze celne państwa wysyłającego winny opatrzyć skrzynię ładunkową pojazdu plombami celnymi. Wówczas odprawa celna dokonywana jest tylko w państwie nadawcy i w państwie odbiorcy.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami polskimi, przewóz może być dokonywany przy posiadaniu polisy ubezpieczeniowej Towarzystwa „Warta” w zakresie odpowiedzialności cywilnej z tytułu ruchu pojazdów samochodowych, ubezpieczenia towarów od uszkodzeń oraz od całkowitej lub częściowej utraty przewożonego ładunku. Dla międzynarodowych przewozów samochodowych nie istnieje jednolita taryfa cenowa. Na obszarach poszczególnych państw obowiązują taryfy przewozowe wewnętrzne.

4.4. Ubezpieczenie towaru

Partnerem jednostek realizujących handlowy obrót towarowy z zagranicą w zakresie spraw związanych z ubezpieczeniem towarów jest Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji „Warta” S.A. z siedzibą w Warszawie, mające dziewięć oddziałów na terenie kraju. Jest ono wyłącznym ubezpieczycielem wszystkich towarów eksportowanych i importowanych przez przedsiębiorstwa polskie w zakresie, w jakim gestia ubezpieczeniowa należy na mocy warunków kontraktu do polskiego eksportera lub importera³.

² Ogłoszona w Dzienniku Ustaw nr 22 z 1962 r., poz.96 oraz w Dzenniku Ustaw nr 1 z 1967 r., poz. 3.

³ Zarządzenie nr 114 Ministra Finansów z dnia 31.7.1976 r. w sprawie umów ubezpieczenia zawieranych przez jednostki organizacyjne handlu zagranicznego i gospodarki morskiej z Towarzystwa Ubezpieczeń i Reasekuracji Sp.Akc. WARTA (Dz. U. MZiGM)

Ubezpieczenia towaru w handlu zagranicznym dokonuje samo przedsiębiorstwo – bez pośrednictwa spedytora, przez złożenie w zakładzie ubezpieczeniowym wniosku ubezpieczeniowego sporządzonego na odpowiednim formularzu. W wniosku określa się zakres ubezpieczenia (rodzaj ryzyka) odpowiednio do rodzaju towaru i jego właściwości fizyko-chemicznych, rodzaju opakowania, warunków przewozu itp.

Zawarta umowa o ubezpieczenie zobowiązuje ubezpieczyciela (zakład ubezpieczeniowy) wobec ubezpieczającego (składającego wniosek ubezpieczeniowy) do wypłacenia określonego odszkodowania (premi) w przypadku powstania szkody niezależnej od działania stron umowy. W zamian za to zobowiązanie ubezpieczający wpłaca ubezpieczycielowi odpowiedniej wysokości składkę ubezpieczeniową.

Ubezpieczeniem mogą być objęte:

- konkretną partia towaru i wówczas ubezpieczyciel wydaje polisę pojedynczą stwierdzającą zawarcie konkretnej umowy ubezpieczeniowej dla konkretnego towaru na określonych warunkach. Może ona być wystawiona imiennie, na okaziciela lub na zlecenie.
- wszystkie ładunki – tzw. ubezpieczenie ramowe. W tym przypadku zakład ubezpieczający wydaje alternatywnie:
 - polisę obrotową, w ramach której ubezpiecza się wszystkie towary przewożone w transporcie kolejowym, drogowym, wodnym śródlądowym (bez morskiego) i lotniczym. Przedsiębiorstwo podaje wówczas ubezpieczycielowi jedynie w pewnych okresach (np. miesięcznych, kwartalnych) ogólną wartość towarów eksportowanych i importowanych, bez obowiązku każdorazowego zgłaszania wysyłki,
 - polisę generalną, która ubezpiecza towary w transporcie morskim i kombinowanym – z głębi kraju do portu i statkiem. Posiadanie polisy generalnej wymaga zgłaszania poszczególnych transportów do ubezpieczenia na odpowiednich formularzach zgłoszeń.

Przy istnieniu polisy obrotowej lub generalnej, wystawiany jest certyfikat ubezpieczeniowy, stanowiący potwierdzenie ubezpieczyciela, że ubezpieczający zawarł ubezpieczenie ramowe, w ramach którego ubezpieczony został również towar wymieniony w certyfikacie.

Ubezpieczenie rozpoczyna swój bieg z chwilą, gdy towar opuszcza magazyn producenta lub miejsce jego składowania określone w polisie jako miejsce rozpoczęcia przewozu. Odpowiedzialność ubezpieczyciela trwa przez czas normalnego przebiegu przewozu i kończy swój bieg z chwilą dostarczenia towaru:

- do magazynu odbiorcy albo innego końcowego magazynu lub miejsca składowania w określonym w polisie miejscu przeznaczenia,
- do jakiegokolwiek innego magazynu lub miejsca składowania, bez względu na to, czy wydanie towaru nastąpiło przed przybyciem do podanego w polisie miejsca przeznaczenia, czy też w tym właśnie miejscu, jeśli tylko magazyn taki lub miejsce składowe miało zostać obrane przez ubezpieczonych do dokonania podziału lub rozdziału towaru.

Ubezpieczenie zachowuje swoją ważność również na czas niezawinioną przez ubezpieczonych zwłoki, w przypadkach przymusowego wyładunku towarów, ich powrotnego załadowania lub przeładunku, także na czas wszelkich zmian trasy przewozu podjętych przez przewoźników mających swobodę postępowania w tym zakresie.

Ubezpieczenie obejmuje wszelkie ryzyka strat lub szkód wyrządzonych ubezpieczonemu ładunkowi, ale nie dotyczy tych strat i szkód, które zostały spowodowane bezpośrednio przez zwłokę lub przez wadę wewnętrzną ubezpieczonego towaru lub jego naturalne właściwości.

W razie zaistnienia wypadku, który może stanowić podstawę do wniesienia roszczenia o odszkodowanie, ubezpieczający zobowiązany jest do powiadomienia o tym Towarzystwa Ubezpieczeniowego „Warta” natychmiast po otrzymaniu wiadomości o wypadku. Obowiązkiem ubezpieczonego jest wówczas dostarczenie do „Warty” wszelkich dokumentów i dowodów niezbędnych dla ustalenia okoliczności wypadku, wysokości szkody, jej przyczyn, a w szczególności:

- obliczenie roszczenia,
- oryginalną fakturę i specyfikację towarów jakie uległy szkodzie,
- czarter, konosament, list przewozowy lub inny dowód zawarcia umowy o przewóz,
- doświadczenie o zgłoszeniu ładunku do ubezpieczenia,
- atest Polcarga lub innego uprawnionego rzeczoznawcy, protokół szkody przewoźnika, lub inne świadectwa wydane przez Urząd Celny, biegłego sądowego, ekspertyzę itp.,
- inne pisemne informacje mogące mieć znaczenie dla oceny przyczyn i wysokości szkody oraz ustalenia odpowiedzialności.

Ubezpieczający powinien dołożyć wszelkich starań w celu zmniejszenia szkody na ubezpieczonym towarze oraz zabezpieczenie zagrożonego towaru przed szkodą. Koszty poniesione przez ubezpieczającego w celu dodatkowej ochrony uszkodzonego towaru zostają zwrócone poprzez „Wartę”, jeżeli to dodatkowe zabezpieczenie było celowe, chociaż okazało się bezskuteczne. Natomiast „Warta” nie ponosi odpowiedzialności za zwiększenie się szkody powstałe wskutek zwłoki w jej ustaleniu. Należne odszkodowanie „Warta” zobowiązana jest zapłacić w terminie 30 dni od daty otrzymania niezbędnych dla ustalenia szkody dokumentów.

4.5. Odprawa celna

System celny w Polsce oparty jest na ustawie Prawo celne⁴. Procedura postępowania celnego i kontroli regulowana jest rozporządzeniem Ministra Handlu Zagranicznego⁵.

Szczegółowe obowiązki stron związane z odprawą celną, wystawieniem odpowiednich dokumentów i wymiarem cła ustalane są w zarządzeniach Prezesa Głównego Urzędu Cei.

⁴ Ustawa z dnia 26 marca 1975 r. Prawo celne (Dziennik Ustaw z 1984 r. nr 57, poz. 290 i z 1987 r. Nr 33, poz. 181).

⁵ Rozporządzenie Ministra Handlu Zagranicznego z dnia 4 grudnia 1984 r. w sprawie kontroli celnej oraz postępowania celnego (Dziennik Ustaw z 1984 r., Nr 57, poz. 291) oraz rozporządzenie Ministra Współpracy Gospodarczej z Zagranicą z dnia 9 listopada 1988 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie kontroli celnej i postępowania celnego (Dziennik Ustaw z 1988 r. Nr 38, poz. 305).

Cła na towary przywożone i wywożone w handlowym obrocie towarowym z zagranicą ustanawia w drodze rozporządzenia Rada Ministrów⁶.

Przepisy ustawy Prawo celne dotyczą przywozu, wywozu oraz przewozu towarów (tranzytu) przez polski obszar celny, czyli całego obrotu towarowego z zagranicą w podziale na:

- obrót handlowy - do którego należy obrót dokonywany w ramach uprawnień do prowadzenia działalności w zakresie handlu zagranicznego oraz przywóz i wywóz towarów zamieszczonych w wykazie ustalonym przez MWGzZ, na obrót którymi nie jest wymagane uzyskanie uprawnienia do prowadzenia działalności w zakresie handlu zagranicznego,
- obrót niehandlowy - obejmujący pozostały obrót towarowy⁷.

Za towar celny ustawa uznaje:

- towary przywożone z zagranicy w momencie przekroczenia granicy państwowej lub w momencie powstania obowiązku przedstawienia tych towarów do kontroli celnej,
- towary przeznaczone do wywozu za granicę w momencie, gdy funkcjonariusz celny przystępuje do odprawy celnej lub w momencie powstania obowiązku przedstawienia tych towarów do kontroli celnej,
- towary wywożone przez osoby przekraczające granicę celną,
- towary przewożone przez polski obszar celny, w czasie znajdowania się ich na tym obszarze.

Ustawa ustala, że polskim obszarem celnym jest terytorium państwa polskiego, z wyłączeniem zorganizowanych na tym terytorium wolnych obszarów celnych.

Towary celne przywożone względnie wywożone z polskiego obszaru celnego poddane są odprawie celnej i pobierane są od nich należności celne. Towary przewożone przez polski obszar celny (towary tranzytowe) wolne są od opłat celnych.

Wyróżnia się:

- odprawę celną ostateczną,
- odprawę celną warunkową, gdy towar w określonym czasie musi powrócić do miejsca skąd został przywieziony,
- przekazową, dotyczącą towaru przewożonego z jednego urzędu celnego do drugiego, w którym z kolei ma się dokonać dalszych czynności związanych z postępowaniem celnym (np. przeniesienie towaru z granicznego urzędu celnego do urzędu celnego w Warszawie).

Postępowanie celne prowadzi urząd celny, do którego dostarczony został towar. Urząd ten ustala ilość i rodzaj towaru poddanego odprawie celnej, sprawdza czy istnieje pozwolenie na przewóz danego towaru przez granicę państwa i ustala wysokość należności celnej.

⁶ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 3 października 1988 r. w sprawie celi na towary przywożone w handlowym obrocie towarowym z zagranicą (Dziennik Ustaw z 1988 r. Nr 35, poz. 274).

⁷ Należy podkreślić, że w związku z przyjęciem ustawy o działalności gospodarczej z dn. 23 grudnia 1988 r. powyższe rozróżnienie obrotu handlowego i niehandlowego utraciło sens, co nie zostało jednak usankcjonowane zmianą ustawy prawo celne.

Należności celne pobierane są według urzędowej taryfy celnej, stanowiącej zestawienie wielkości opłat uszeregowanych według ustalonej klasyfikacji towarowej.

Polska taryfa celna oparta jest na nomenklaturze towarowej opracowanej przez Radę Współpracy Celnej w Brukseli (tzw. nomenklatura Zharmonizowanego Systemu Określenia i Kodowania Towarów). Podzielona jest na 21 działów, 96 rozdziałów, 1241 pozycji i 5019 podpozycji.

Podstawą wymiaru cła jest wartość celna towaru. Przez wartość celną rozumie się cenę osiągalną za towar przy sprzedaży dokonywanej między niezależnymi od siebie sprzedającym i kupującym na warunkach franco granica polska lub cif port polski, przeliczoną na złote według obowiązującego w dniu zgłoszenia towaru do odprawy celnej kursu podanego w tabeli kursów walut ogłoszonej przez Narodowy Bank Polski. Stawki celne zawarte w taryfie stosuje się do towarów pochodzących z państw:

1. stron Układu Ogólnego w Sprawie Taryf Celnych i Handlu (GATT),
2. innych niż w/w, które do towarów pochodzenia polskiego stosują klauzulę największego uprzywilejowania.

Wykaz tych państw ogłasza w Monitorze Polskim Minister Współpracy Gospodarczej z Zagranicą. Stawki te stosowane są po przedstawieniu świadectwa pochodzenia towaru. W stosunku do towarów pochodzących z państw innych niż umieszczone w wykazie stosuje się stawki celne podwyższone o 100%, a w razie, gdy stawka taryfowa wynosi 0, stosuje się stawkę w wysokości 25% wartości celnej towaru. Wymiaru cła według określonej pozycji taryfy celnej dokonują urzędy celne:

- bezpośrednio po zgłoszeniu towaru do odprawy celnej przy dostarczeniu deklaracji o wartości celnej i wówczas należność pobiera odprawiający urząd celny,
- w okresie późniejszym, gdy przy odprawie brak jest dokumentów do wymiaru cła. Wówczas towar jest dopuszczony do obrotu na polskim obszarze celnym z zastrzeżeniem, a importer jest zobowiązany dostarczyć dokumenty w wyznaczonym terminie i wtedy nastąpi rozliczenie w wytypowanym urzędzie celnym.

Realizacji odprawy celnej zarówno w eksporcie, jak i w imporcie może dokonać w imieniu właściciela towaru przedsiębiorstwo spedycyjne, wysyłający towar (producent) lub przyjmujący (importer krajowy). Zgłoszenie towaru do odprawy celnej następuje na formularzu zgłoszenia celnego tzw. awizie celnym.

Zgłoszenie celne (awiz) jest formularzem ujednoliconym i standardowym. Jest ono wystawiane przez przedsiębiorstwo „C. Hartwig” lub dostawcę – eksportera na podstawie zlecenia spedycyjnego. Większość podanych w zgłoszeniu celnym – awizie informacji pokrywa się z danymi zawartymi w zleceniu spedycyjnym. Pozostałe rubryki zgłoszenia celnego dotyczą danych z dokumentów przewozowych, takich jak: numer dokumentu przewozowego, data przekroczenia granicy, cecha i numer środka transportu oraz fakt opłacenia przewoźnego do określonego miejsca.

Po przyjęciu zgłoszenia, urząd celny przeprowadza oględziny zewnętrzne, oraz może dokonać rewizji celnej towaru. Od rewizji urząd może odstąpić w przypadku, gdy towar jest zgłoszony przez spedytora lub zakład produkcyjny w oparciu o przedkładaną specyfikację określającą szczegółowo zawartość przesyłki. Oględziny zewnętrzne polegają na stwierdzeniu stanu zamknięć, ustaleniu ilości sztuk, stanu znaków i numerów opakowań, oraz wagi brutto towaru.

Rewizja celna dokonywana jest na podstawie specyfikacji określającej zawartość przesyłki. Ustala się wówczas rodzaj, ilość i wagę towaru w oparciu o zgłoszenie celne. Rewizja może być dokonana wyrywkowo lub całkowicie. Rewizji dokonuje urząd celny w obecności zgłaszającego towar do odprawy celnej. Odstępstwo od obecności zgłaszającego może mieć miejsce w przypadku, gdy zrzekł się on uczestnictwa, względnie gdy istnieje niebezpieczeństwo zepsucia się towaru.

Często możliwe jest – na wniosek wysyłającego – dokonanie odprawy celnej (w szczególności przy transporcie samochodowym lub kolejowym – przy wysyłkach całowagonowych) w miejscu załadowania towaru, a więc z reguły w siedzibie producenta. Wówczas przybyły przedstawiciel urzędu celnego dokonuje odprawy i plombuje wagon kolejowy względnie pojazd, bezpośrednio po jego załadowaniu. W takim przypadku czynności celne przy przekraczaniu granicy państwowej ograniczają się do stwierdzenia nienaruszalności plomb oraz ostemplowania dokumentów przewozowych.

W międzynarodowym transporcie samochodowym, w oparciu o konwencję celną z 1959 r. (podpisaną również przez PRL) może być również zastosowany uproszczony tryb postępowania celnego (w ramach tzw. systemu TIR), w którym kontrola celna towaru może być przeprowadzona tylko w miejscu załadowania w kraju wysyłającym i w miejscu wyładowania w kraju przyjmującym. Następuje wówczas urzędowe zamknięcie ładowni pojazdu i opłombowanie przez urząd celny w miejscu załadowania pojazdu, a na przejściu granicznym dokonuje się tylko zewnętrznych oględzin stanu plomb i dokonuje się odpowiednich wpisów do tzw. karnetu TIR, upoważniającego do dalszej jazdy w głąb kraju.

O dokonaniu rewizji celnej i jej formie przeprowadzający urząd celny dokonuje odpowiedniej adnotacji w zgłoszeniu celnym, oraz wystawia dowód odprawy celnej ostatecznej.

Przy imporcie często wymagane jest przedstawienie w Urzędzie Celnym, przy zgłaszaniu towaru do odprawy celnej, świadectwa pochodzenia towaru. Towar zostaje dopuszczony do obrotu na polskim obszarze celnym względnie do wywozu za granicę wówczas, gdy nastąpi regulacja należności celnych oraz opłat manipulacyjnych. Do czasu uiszczenia należności celnych towary mogą być zatrzymane lub zajęte i przechowywane w składzie lub depozycie celnym. Nie podjęte w terminie podlegają sprzedaży. Z uzyskanej tą drogą sumy pokrywa się koszty przewozu, przeładunku i składowania, należności celne, należności obciążające towar z mocy innych przepisów, koszty sprzedaży. Pozostałość przekazana zostaje osobie uprawnionej. Należność celna musi być opłaconą w terminie 14 dni od jej wymierzenia, a towar musi być odebrany w ciągu 30 dni (w uzasadnionych przypadkach termin odbioru może być przedłużony do 6 miesięcy) od daty decyzji urzędu celnego w sprawie dopuszczenia do przekroczenia towaru przez granicę celną.

W określonych przypadkach można dokonywać również warunkowej odprawy celnej. Na mocy międzynarodowej konwencji podpisanej 6.12.1961 r. w Brukseli (Polska przystąpiła w 1970 r.) wprowadzony został jednolity dokument celny, tzw. karnet celny ATA dla czasowego wywozu lub przywozu bez pobierania opłat celnych, towarów przewożonych:

- na targi, wystawy, konkursy, zawody lub występy artystyczne,

- do czasowego użytku, wypróbowania itp.,
- próbki i wzory akwizycyjno-reklamowe,
- towary do naprawy lub uszlachetnienia,
- opakowanie wielokrotne.

Karnety ATA wydawane są przez Polską Izbę Handlu Zagranicznego, która – jako zrzeczenie gwarantujące – poręcza polskim i zagranicznym urzędom celnym zapłacenie należności celnych w przypadkach nieprzestrzegania warunków związanych z czasowym wywozem lub przewozem.

Termin powrotnego przywozu lub wywozu towaru przy odprawie celnej warunkowej nie może przekraczać 6 miesięcy w obrocie z krajami Europy, a jeden rok w obrocie z krajami pozaeuropejskimi. Zgłoszenie do ponownej odprawy celnej likwidującej odprawę celną warunkową następuje za okazaniem dowodu odprawy warunkowej, na którym obecnie urząd celny odnotowuje datę dokonania wtórnej odprawy. W przypadkach uzasadnionych można wnioskować o uznanie odprawy celnej warunkowej za odprawę ostateczną.

Minister WGZ może zlecać jednostkom gospodarki społecznej wykonanie niektórych czynności należących do zakresu działania organów administracji celnej, jak:

- nadzorowanie załadunku towarów,
- przeprowadzenie rewizji celnej,
- wydanie decyzji o dopuszczeniu towaru do wywozu,
- nakładanie zamknięć celnych na towary i środki przewozu,
- prowadzenie ewidencji towarów celnych.

Urzędy celne zaopatrują wówczas agentów celnych w plombownice do zabezpieczenia towarów i środków przewozu po odprawie celnej. Otrzymujący takie uprawnienia stają się wtedy agentem celnym.

Agent celny zobowiązany jest przestrzegać przepisów dotyczących sposobu wykonywania czynności należących do zlecanego zakresu działania, jak również stosować się do wskazań właściwego miejscowego urzędu celnego.

Literatura zalecana do rozdziału 4

- K. Białecki, Z. Kamiński, H. Wojciechowski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1986,
- A. Czerni, Z. Pajdowski, Przygotowanie towaru do eksportu, PIHZ, Warszawa 1983,
- D. Marciniak-Neider, Gestia transportowa w handlu zagranicznym, PIHZ, Warszawa 1985,
- D. Marciniak-Neider, Z. Kamiński, Instytucje obsługi handlu zagranicznego, PIHZ, Warszawa 1983,
- N. B. Muszyński, Realizacja kontraktu eksportowego, PIHZ, Warszawa 1983,
- J. Neider, Umowa spedycji, zlecenie spedycyjne, PIHZ, Warszawa 1986,
- W. Szydlowski, Kontrola i odbiór towarów w eksporcie, PIHZ, Warszawa 1983.

5. Przebieg transakcji importowej

Uprawnionymi do zawierania transakcji importowej są – podobnie jak w zakresie działalności eksportowej:

- wyspecjalizowane przedsiębiorstwa handlu zagranicznego, zawodowo trudniące się eksportem i importem towarów i usług,
- inne przedsiębiorstwa działające obecnie w zasadzie bez koncesji, a w określonych wypadkach z koncesją (zob. s. 6).

Omówienia przygotowania i przebiegu transakcji importowej dokonamy w oparciu o formy realizacyjne wypracowane w pośredniczących przedsiębiorstwach handlu zagranicznego.

Działalność importowa przedsiębiorstw handlu zagranicznego jest podejmowana na konkretne zlecenie krajowego kontrahenta i ściśle zsynchronizowana z jego potrzebami, zarówno w odniesieniu do rodzaju i jakości potrzebnego mu towaru, jak również terminów i warunków dostawy. Jej realizacja wymaga zazwyczaj jeszcze bardziej ścisłych związków przedsiębiorstwa handlu zagranicznego z partnerem (odbiorcą) krajowym, niż ma to miejsce przy realizacji transakcji eksportowej. Błędy popełnione przy realizacji mogą bowiem powodować straty gospodarcze wielokrotnie przewyższające wartość zawartego kontraktu. Transakcja wymaga też z reguły dłuższego przygotowania gdy chodzi o zakup towarów inwestycyjnych, urządzeń produkcyjnych bądź kompletnych obiektów. Niezbędna jest wówczas współpraca zamawiającego, który zna możliwości producentów światowych, parametry techniczne produkowanych przez nich urządzeń i – co najważniejsze – przystosowalność tych urządzeń do jego konkretnych potrzeb.

Pełny cykl transakcji importowej składa się z kilku faz obejmujących przygotowanie, negocjowanie i realizację transakcji.

5.1. Planowanie importu

Forma podjętego działania importowego zależy głównie od tego, jakiego rodzaju towar ma być przedmiotem importu. Rozróżnić tu możemy:

1. Towary nie produkowane w kraju, których systematyczny import w przewidzianych z góry ilościach jest niezbędny do normalnego funkcjonowania gospodarki narodowej i zaopatrzenia ludności (surowce oraz część towarów konsumpcyjnych).

2. Towary stanowiące uzupełnienie krajowych możliwości produkcyjnych np. maszyny, urządzenia techniczne, rudy metali i inne surowce.

3. Towary produkcji jednostkowej, o specjalnych parametrach technicznych, mające charakter inwestycyjno-wyposażeniowy (np. kompletne obiekty przemysłowe, linie produkcyjne nabywane na podstawie uzyskanych licencji, zakupione patenty, „know how”).

4. Towary służące wzbogaceniu i rozszerzeniu asortymentu towarów rynkowych, w tym towary konsumpcyjne o charakterze luksusowym znanych w świecie firm produkcyjnych (np. perfumy, odzież).

Każda z tych grup wymaga innego potraktowania i odmiennej realizacji transakcji. Przez wiele lat dla każdej z wyżej wymienionych grup został też wypracowany odmienny tryb postępowania przy przygotowaniu transakcji importowej. Wynika to z faktu, że różne towary zakupywane są na różnego typu rynkach (np. na giełdach, aukcjach bądź na rynkach niezorganizowanych), na których występują różne formy ich kontraktowania, różne terminy zgłaszania zapotrzebowania oraz odmienne warunki kontraktacji.

Zasadą jest, że z propozycją dokonania zakupu towaru za granicą występuje krajowy odbiorca importowanego towaru. Środki dewizowe na ten zakup mogą być przyznane przedsiębiorstwu przez władzę centralną (w ramach środków przeznaczonych na import towarów centralnie bilansowanych), z odpisów dewizowych (pochodzących z eksportu przedsiębiorstwa), z zaciągniętego w banku kredytu, bądź z zakupu dewiz na przetargu walutowym lub celowym.

Na podstawie wskazań Centralnego Planu Rocznego, podpisanych porozumień i otrzymanych od kontrahentów krajowych zamówień, przedsiębiorstwa handlu zagranicznego opracowują roczne plany importu. Są one sporządzane w wielkościach zagregowanych, z podaniem wartości danego towaru, bez wyszczególnienia jego rodzaju i gatunku oraz bez podania ścisłych terminów dostaw, jedynie z rozdzieleniem zakupów na import z krajów socjalistycznych (I obszar płatniczy) i z krajów kapitalistycznych (II obszar płatniczy).

Zapotrzebowania importowe są zazwyczaj sporządzone w formie tabelarycznej, na formularzach odpowiedniego wzoru, w których są wymienione:

- jednostka zamawiająca,
- przedmiot importu, jego charakterystyka i dane techniczne,
- ilość i wartość zamawianego towaru,
- termin dostawy,
- proponowany kraj zakupu, a często firma zakupu (co ma szczególne znaczenie, gdy zakup dokonywany jest za środki dewizowe zlecającego),
- przeznaczenie i bliższe uzasadnienie konieczności importu.

Celowe jest podawanie w zapotrzebowaniu, przy towarach unikalnych i jednostkowych oraz przy zamawianiu części zamiennych, nazwy ich producenta. W tym przypadku też niezbędne jest otrzymanie od importera krajowego oświadczenia uzasadniającego wybór dostawcy.

Gdy zakup finansowany jest z centralnej puli dewizowej, a PHZ wnosi zastrzeżenia co do wybranego przez importera dostawcy, decyzję popartą opinią miarodajnych rzeczoznawców, wydają władze nadrzędne.

Przy składaniu zapotrzebowań importowanych ważny jest czas ich złożenia. Zapotrzebowanie importowe powinno być skierowane przez nabywcę krajowego do przedsiębiorstwa handlu zagranicznego w takim terminie, aby zostało umieszczone w jego planie importu na dany rok, oraz aby PHZ miał dostatecznie dużo czasu na racjonalne załatwienie transakcji i dostarczenia towaru zgodnie z terminami wynikającymi z planów zaopatrzenia i produkcji bądź z planów inwestycyjnych odbiorcy. Z powyższym wiąże się również określenie możliwie dokładnego terminu dostawy. Często, biorąc pod uwagę uruchomiony już cykl inwestycyjny, konieczne jest określenie, do jakiego czasu żądana dostawa winna nastąpić.

Szczegółowość i wielorakość niezbędnych informacji w dużej mierze zależy od towaru, na jaki zapotrzebowanie zostało złożone. W odniesieniu do towarów określonych w grupie 1, zapotrzebowanie znane jest z doświadczeń poprzednich lat, bądź ustalane na podstawie dokładnych badań możliwości przetwórczych (np. rudy, bawełna). Dla tej grupy towarów zapotrzebowanie importowe ma charakter formalny. W przypadku towarów określonych w grupie 2, wielkość zapotrzebowania jest określona na podstawie zbilansowania krajowych możliwości wytwórczych z potrzebami zarówno wewnątrz krajowymi, jak i eksportowymi. Najbardziej szczegółowe muszą być zapotrzebowania importowe dotyczące towarów z grupy 3, przeznaczonych na zaopatrzenie inwestycyjno-wyposażeniowe. Poprzedzone jest często studiami potrzeb i badaniami możliwości najbardziej celowego zakupu. Mniej przygotowań wymaga import towarów grupy 4. Ze względu na zmienność potrzeb w tej dziedzinie oraz zmienność możliwości finansowania tego rodzaju zakupów, PHZ otrzymuje przy tego rodzaju zamówieniach znaczną swobodę wyboru zakupu, dostawcy, a czasem i gatunku danego towaru. Często import towarów tej grupy następuje w ramach zawartych dwustronnych umów kompensacyjnych – towar za towar.

Gdy przedmiotem importu ma być towar standardowy, będący obiektem sprzedaży na rynkach formalnych (np. na giełdach i aukcjach), w zapotrzebowaniu wystarczy podanie wymaganych standardów i terminów zakupu. Istotnym wówczas staje się prawidłowe sformułowanie nazwy towaru mającego być przedmiotem importu. Celowe przy tym jest również podanie jego nazwy w oryginale (bądź w języku obcym – handlowym), w celu uniknięcia pomyłki przy tłumaczeniu.

Jeśli przedmiotem importu mają być urządzenia techniczne lub ich wyposażenie, niezbędny staje się – już na etapie opracowania zapotrzebowania importowego – osobisty kontakt przedstawicieli importera krajowego z negocjatorami transakcji. Jest też szczególnie ważne, gdy dostawie podstawowego przedmiotu importu towarzyszy wyposażenie dodatkowe lub dodatkowe świadczenia, np. montaż urządzenia, przeszkolenie pracowników.

Zatwierdzenie planu oraz przyznanie limitu dewiz na import towarów centralnie bilansowanych względnie zabezpieczenie środków finansowych u krajowych importerów, jest dla PHZ podstawą do podjęcia działalności transakcyjnej na rynkach zagranicznych.

5.2. Poszukiwanie partnerów w imporcie

Przedsiębiorstwo handlu zagranicznego wyspecjalizowane w prowadzeniu transakcji importowo-eksportowych ma zazwyczaj rozeznanie co do możliwości dostaw zapotrzebowanych przez importerów krajowych towarów. Analiza rynków jest bowiem prowadzona w tych przedsiębiorstwach systematycznie, często przez wiele lat, a wszelkie interesujące PHZ informacje na temat możliwości dostawczych określonych dóbr są gromadzone w jego działaniach branżowych. W wielu przedsiębiorstwach handlu zagranicznego ogół tych informacji, stanowiących wynik ciągłej penetracji rynków zagranicznych, zbierany jest według ustalonego systemu, w specjalnie do tego celu opracowanych kartotekach bądź też w komputerowych bankach informacji. Na podstawie posiadanych zasobów informacji oraz doświadczeń nabytych przy poprzednio zawieranych transakcjach: importowych, przedsiębiorstwo handlu zagranicznego ustala najbardziej dogodną formę zakupu zamówionego towaru. Poszukiwanie potencjalnych dostawców towarów może mieć miejsce:

1. na rynku formalnym (giełdy, aukcje, targi),
2. na rynku niezorganizowanym (zapytania ofertowe),
3. drogą przetargu.

Poszukiwanie na rynku formalnym

Zakupy importowe na rynkach formalnych odbywają się zazwyczaj na giełdach, aukcjach i targach.

Giełda to rodzaj rynku towarów masowych (głównie surowców) o określonych w regulaminie giełdy standardach, dla których w wyniku zawieranych transakcji kupna-sprzedaży ustalane są ceny ogłaszane w notowaniach giełdowych zwanych kursami.

Zakup na giełdzie uważa się za najprostszą i najmniej skomplikowaną formę importu. Mając uzgodnione z krajowym importerem i określone w planie importu: ilość, rodzaj i standard towaru oraz termin, w jakim powinien on zostać dostarczony do producenta, PHZ podejmuje decyzję zakupu danego towaru na wytypowanej giełdzie, na której jest on regulaminowo wprowadzony do obrotu. Zazwyczaj PHZ nie ma tu dużego wyboru, ponieważ obroty określonymi surowcami w skali międzynarodowej prowadzą 2-3 giełdy, rozlokowane w różnych regionach świata. Notowania cen na tych giełdach różnią się między sobą co najwyżej o wysokość kosztów transportu. Dlatego też przedsiębiorstwa decydujące się na zakup towaru na określonej giełdzie, bierze pod uwagę zasięg geograficzny i oddziaływanie danego rynku.

Transakcji kupna-sprzedaży na giełdach dokonuje się na określone jednostki sprzedaży noszące nazwę kontraktów. Jeden kontrakt opiewa wówczas na określoną ilość danego towaru, np. 100 bel bawełny, 50 ton miedzi, 10.000 uncji srebra itp.

Regulaminy giełd nie dopuszczają zazwyczaj do bezpośredniego zawierania kontraktów między sprzedającymi i kupującymi. Niezbędne jest tu korzystanie z usług pośrednictwa maklerów giełdowych, uprawnionych do prowadzenia operacji

giełdowych. Maklerzy (których liczba na danej giełdzie jest ograniczona) zawierają transakcje, wywołując między sobą cenę jaką są gotowi zapłacić (w imieniu i na rachunek swego zleceniodawcy) za określony towar. Z chwilą, gdy znajdą drugiego maklera, który gotów jest przyjąć proponowaną cenę za towar w imieniu swego zleceniodawcy (sprzedającego) oferującego towar, następuje zawarcie transakcji. Zawarcie każdej transakcji potwierdza się tzw. notą. W nocie maklerskiej wymienia się: sprzedającego i kupującego, przedmiot transakcji, formę, sposób i termin dostawy, cenę towaru oraz nazwiska maklerów. Nota pozbawiona jest ogółu klauzul i warunków dostawy ze względu na to, że warunki te są na giełdach jednolite dla wszystkich transakcji i określone regulaminem giełdy lub panującymi na niej zwyczajami. Z uwagi na termin realizacji kontraktu i dostawy towaru, na giełdach występują zazwyczaj trzy podstawowe rodzaje transakcji:

1. Transakcje rzeczywiste, których celem jest faktyczny zakup lub sprzedaż towaru znajdującego się na składzie giełdowym, w posiadaniu sprzedającego lub – czasem – jeszcze będącego w trakcie produkcji, ale przeznaczonego do rzeczywistej sprzedaży.

2. Transakcje spekulacyjne, w których sprzedający i nabywający ustalają cenę towaru, jaka według ich przypuszczeń będzie kształtowała się w przyszłości (1-12 miesięcy). Wówczas w oznaczonym w kontrakcie dniu realizacji transakcji następuje wypłacenie jednemu z partnerów transakcji przez drugiego różnicy między ceną ustaloną, a ceną rzeczywistą danego dnia realizacji, bez potrzeby dostarczenia samego towaru. Celem tych transakcji jest uzyskanie korzyści finansowych z występujących zmian cen na dany towar w pewnym czasie.

3. Transakcje zabezpieczające zawierane przez sprzedających i nabywających dany towar w celu zabezpieczenia się przed niekorzystnymi zmianami cen towaru w przyszłości, względnie zmniejszenia do minimum strat związanych z tymi zmianami.

W zależności od terminu dostawy transakcje rzeczywiste dzieli się na:

- transakcje rzeczywiste natychmiastowe (kasowe), których realizacja następuje w czasie od 1 dnia do 1 miesiąca,
- transakcje rzeczywiste terminowe (dostawcze), których technika zawierania jest taka sama z tym, że późniejszy jest termin likwidacji transakcji czyli terminu dostawy towaru oraz płatności. Na różnych giełdach występują różne terminy likwidacji transakcji terminowych (od 3 do 24 miesięcy).

Notowania giełdowe w transakcjach terminowych są z reguły różne od notowań z transakcji natychmiastowych. Różnice wynikają z zmian koniunktury, sytuacji politycznej, warunków atmosferycznych itp., występujących między dniem zawarcia a realizacją transakcji.

Charakterystyczne dla giełd są ciągłe wahania cen. Niekiedy ceny ulegają nieuzasadnionym spadkom lub wzrostom (m. in. pod wpływem działań spekulacyjnych), dlatego też możliwość odczekania niekorzystnej sytuacji pozwala na zawarcie bardziej korzystnego kontraktu.

Ponieważ transakcji natychmiastowych bądź terminowych dokonuje się w zależności od tego czy dostawa danego towaru ma nastąpić możliwie najwcześniej, czy też może nastąpić w późniejszym, bardziej dogodnym dla kupującego terminie ważne

jest wcześniejsze zgłoszenie zapotrzebowania importowego do PHZ, co umożliwia uniknięcie zawierania transakcji kasowej, przy której ceny danego towaru są zazwyczaj wyższe.

Aukcja to zorganizowana sprzedaż publiczna w formie licytacji. W odróżnieniu od giełd na aukcjach: przedmiotem sprzedaży są towary fizycznie obecne i prezentowane przed kupującymi w całości bądź w postaci próbek towarów znajdujących się w magazynie lub w dyspozycji aukcjonatora, tj. organizatora sprzedaży aukcyjnej. Przedmiotem oferty aukcyjnej są zarówno dobra masowe, których nie można ująć w standardy, jak i towary jednostkowe.

Aukcje regularne są organizowane przez specjalne przedsiębiorstwa aukcyjne lub organizacje kupieckie i odbywają się w określonych miejscach i czasie. O ich terminach zawiadamia się zainteresowanych, informując jakie towary i w jakich ilościach będą oferowane.

Oprócz regularnych aukcji organizowane są również aukcje nieregularne. Są one organizowane, gdy zachodzi potrzeba zbycia towarów, na które w normalnym trybie transakcyjnym brak nabywców, gdy zachodzi konieczność upłynnienia towarów nie odebranych w oznaczonym terminie z domu składowego itp.

Aukcje mogą być organizowane dla wszystkich chętnych lub dla wybranego i specjalnie zaproszonego grona zainteresowanych. Często regulaminem danej aukcji przewiduje, że zakupu dokonać można tylko za pośrednictwem brokerów lub maklerów. Przed przystąpieniem do aukcji uczestnik jest zobowiązany wpłacić wadium, mające stanowić zabezpieczenie przed odstąpieniem od zapłaty w terminie za zakupiony towar.

Na aukcjach stosuje się trzy formy sprzedaży:

- licytację ustną, polegającą na początkowym wywołaniu ceny minimalnej, podnoszonej następnie przez nabywców,
- licytację mechaniczną, w której na specjalnym zegarze połączonym z pulpitemi nabywców przesuwają się strzałka od ceny maksymalnej, na której przyjęcie nikt z zebranych nie wyraził zgody, stopniowo do ceny coraz niższej, aż do momentu, w którym jeden z obecnych nabywców przez naciśnięcie przycisku na swym pulpicie wyraża dla niej aprobatę,
- pisemne zgłaszanie proponowanej ceny nabycia przez brokerów. Towar zostaje sprzedany temu, który oferuje najwyższą cenę.

Po przybyciu transakcji (tj. po obwieszczeniu przez aukcjonatora o sprzedaży towaru danemu uczestnikowi aukcji), kupujący staje się nabywcą towaru i otrzymuje zlecenie wydania towaru (delivery order) z magazynu aukcjonatora lub dowód składowania towaru (warrant).

Jak wynika z powyższego, zawieranie transakcji na aukcjach nie jest skomplikowane. W sprzyjających warunkach można dokonać zakupu po cenie korzystnej lub uznanej za słuszną przez licytującego, który w każdym momencie trwania licytacji może odstąpić od wywołania wyższej ceny.

Ponieważ źródłem nabycia wielu ważnych surowców, szczególnie tych, które wymagają wstępnej oceny jakości są właśnie aukcje, polskie przedsiębiorstwa handlu zagranicznego biorą regularny udział w niektórych z nich i na nich zakupują potrzebne krajowym importerom surowce. I tak, np. wełna jest zakupywana na

aukcjach w Australii i Nowej Zelandii, a skóry są nabywane na aukcji w Amsterdamie. Polska bierze również udział (zarówno w charakterze nabywcy jak i sprzedającego) w aukcjach futrzarskich w Leningradzie. PHZ „Animex” organizuje coroczne aukcje koni rasowych w Janowie Podlaskim, a w niektórych latach w Racocie k. Poznania.

Formą rynku zorganizowanego są również targi. Realizują one dwie podstawowe funkcje:

1. handlową,
2. promocyjną.

Handlowa funkcja targów uwidacznia się przede wszystkim w tym, że towar przywożony jest i wystawiany na targach po to, aby mógł znaleźć nabywcę.

Funkcje promocyjne targów uwidaczniają się w tym, że udział w imprezie targowej umożliwia uczestnikom pobudzanie popytu i eliminowanie konkurencji dzięki reklamowaniu i propagowaniu towaru i jego ekspozycji.

Biorąc pod uwagę zainteresowanie przedmiotowe targów, rozróżniamy:

a) targi wzorców, na których transakcje handlowe są dokonywane na wzorcach towarów przywiezionych na imprezę. Dostawa następuje po zawarciu transakcji w terminie późniejszym – ze składu lub bezpośrednio od producenta. Na targach tego typu do obrotu dopuszczane są towary ze wszystkich niemal branż,

b) targi branżowe, na których ekspozycja dóbr i usług ograniczona jest tylko do pewnych branż wytwórczości,

c) targi myśli naukowo-technicznej, gdzie przedmiotem oferty są patenty, dokumentacje techniczne, „know how”, itp.

Są one uzupełnieniem sympozjów i wykładów, na których były omawiane.

Bezpośrednia kontraktacja towarów na targach ogranicza się w zasadzie do zakupów pojedynczych eksponatów odbieranych przez ich nabywcę po zakończeniu imprezy ze stoiska. Taki bezpośredni zakup daje nabywcy wiele istotnych korzyści, mianowicie:

- umożliwia nabycie towaru, który nabywca obejrzał i sprawdził, zazwyczaj jest to towar szczególnie pieczołowicie przygotowany do ekspozycji,
- umożliwia dokonanie zakupu po uprzednim skonsultowaniu eksponatu ze sprowadzonymi od importera krajowego specjalistami,
- umożliwia otrzymanie towaru już w kilka dni po jego zakupie,
- pozwala na oszczędność kosztów transportu ograniczonego do odległości między miejscem targu a siedzibą nabywcy.

Na targach bardziej powszechne jest nawiązanie kontaktów i podejmowanie negocjacji handlowych na podstawie przedstawionych w ekspozycji wzorców lub próbek. Dalsze negocjacje i ich finalizacja w postaci podpisania kontraktu następują już poza targami w późniejszym terminie. Taki tok postępowania transakcyjnego jest przyjęty głównie przy kontraktacji towarów tzw. powtarzalnych, zakupywanych w większych ilościach, a więc powszechnego użytku, konsumpcyjnych bądź urządzeń technicznych produkowanych seryjnie.

W czasie targów odbywa się wiele imprez towarzyszących, jak: sympozja poświęcone określonym dziedzinom produkcji lub wybranym towarom ekspozowanym na imprezie, konferencje prasowe i przyjęcia organizowane przez wystawców

w celu bliższego zapoznania zainteresowanych z ich ekspozycją, pokazy filmów reklamowych itp. Mają one charakter działań informacyjno-propagandowych typu „publin relations”. Uczestnictwo w targach jest stosunkowo kosztowne. Wymaga ono bowiem wynajmu i organizacji stoiska i jego obsługi, a także poniesienia nieraz znacznych kosztów transportu eksponatów.

Przy aktualnie dużej liczbie różnorodnych imprez targowo-wystawienniczych jakie corocznie organizowane są w świecie powoduje to zmęczenie i zniechęcenie do udziału w targach. W związku z tym niektóre kraje mniej atrakcyjne pod względem handlowym starają się przyciągnąć na swoje targi wystawców ustalając kontyngenty targowe. Jest to rodzaj zobowiązania, że wystawca wynajmując określoną powierzchnię ekspozycyjną ma zapewniony zbyt części lub wszystkich przywiezionych eksponatów względnie sprzedaż oferowanych przez siebie towarów do określonej w kontyngencji targowym kwoty.

Poszukiwanie drogą przetargu

W pewnych przypadkach, gdy dokonany ma być zakup o dużej wartości, wyboru dostawcy dokonuje się przez ogłoszenie przetargu. **P r z e t a r g** jest to zakup w drodze konkursu na najkorzystniejszych warunkach i cenie, w którym uczestniczy wielu ubiegających się o dokonanie transakcji.

Ponieważ przetargi prowadzone są według określonego regulaminu i odbywają się w czasie ustalonym przez organizującego, ale organizowane są w różnych miejscach (u ogłaszającego podjęcie zakupu tą drogą), są często określane jako rynki ułomne lub jednorazowo funkcjonujące rynki formalne.

Zawarcie transakcji przez partnera:

- skraca cykl jej zawarcia,
- umożliwia importerowi dokonanie najkorzystniejszego zakupu,
- zmniejsza ryzyko zawarcia transakcji z firmą nie mogącą się wywiązać z przyjętych zobowiązań,
- oznacza akceptację przez eksportera warunków przetargowych importera.

Istnieją dwa rodzaje przetargów: otwarte (publiczne) i zamknięte.

P r z e t a r g o t w a r t y (publiczny) jest ogłaszany w dziennikach urzędowych lub czasopismach fachowych. Dzięki ogłoszeniu otrzymuje się więcej ofert, co daje skalę wyboru nie osiągalną w warunkach bezprzetargowych, jak i możliwość dotarcia i skorzystania z najlepszych źródeł importu. Pozwala to równocześnie na uzyskanie maksymalnych korzyści cenowych.

P r z e t a r g z a m k n i ę t y nie jest podawany do wiadomości publicznej. Do udziału w nim zaprasza się wybrane firmy, którym przekazuje się szczegółowe warunki udziału, bliższy opis obiektu przetargowego, podkładkę kosztorysową itp. Przetarg zamknięty ma miejsce głównie wtedy, gdy trzeba realizować zakup na rynku, na którym otwarta została linia kredytowa lub inna forma kredytu gwarantowanego przez państwo. W praktyce handlowej, w celu zorientowania się w liczebności i pozycji eksporterów potencjalnie zainteresowanych dostawą i ich referencjami, stosuje się wstępne kwalifikowanie odpowiednich dostawców do przetargu (ang. prequalification).

W odpowiedzi na ogłoszenie lub zaproszenie, pragnący ubiegać się o zawarcie transakcji składają oferty przetargowe opracowane ściśle z podanymi warunkami przetargu. Do oferty dołącza się zazwyczaj kosztorys. Często jest wymagane również dołączenie do oferty potwierdzenia zdolności wykonania dostawy wydane przez izbę przemysłowo-handlową lub inny organ samorządowy, któremu jest znany oferent. Przy składaniu ofert zazwyczaj wymagane jest wniesienie wadium lub kaucji stanowiących 5-10% wartości kosztorysu, wpłaconych do dyspozytu bankowego w postaci pieniężnej, w papierach wartościowych lub w formie listu gwarancyjnego. Wadium stanowi porękę, że oferent wywiąże się należycie z zobowiązań przyjętych na siebie w ofercie.

W oznaczonym w ogłoszeniu przetargowym dniu następuje otwarcie złożonych ofert przez specjalnie powołaną przez organizatora przetargu komisję. Z otwartych ofert komisja sporządza zestawienie ofertowe, w którym w układzie tabelarycznym zestawia się wszystkie istotne propozycje oferentów dotyczące terminu wykonania zobowiązania, ceny oraz innych warunków.

Organizator przetargu zastrzega sobie swobodę wyboru oferenta najkorzystniejszego z punktu widzenia jego własnych interesów (mogą to być nawet uwarunkowania polityczne). Wybrany drogą ogłoszonego przetargu oferent podpisuje z organizatorem przetargu kontrakt, w którym uściślone zostają warunki realizacji całej transakcji.

Oblicza się, że dzięki przetargom można dokonać zakupów o 30% tańszych i korzystniejszych pod wieloma względami. Dlatego też uznaje się, że przetarg w znaczny sposób ułatwia zawarcie kontraktu, mimo, że forma ta ma bardzo pracochłonną fazę przygotowawczą.

W Polsce zasady dokonywania zakupów w drodze przetargu zostały uregulowane Zarządzeniem nr 2 Ministra Współpracy Gospodarczej z Zagranicą z dnia 10 listopada 1987 r.

Zgodnie z nim ogłaszający przetarg jest zobowiązany do:

- opracowania dokumentacji składanej do przetargu według standardowych dokumentów Banku Światowego,
- powołania komisji przetargowej, w skład której wchodzi: przedstawiciele inwestora, biura projektów i przedsiębiorstwa handlu zagranicznego,
- ogłoszenia o przetargu w specjalistycznej prasie krajowej lub zagranicznej, z podaniem gdzie można nabyć dokumenty przetargowe, terminu przyjmowania ofert oraz terminu ogłoszenia wyników.

Zwolnione od obowiązku przetargowej formy zakupu są:

- przywóz towarów z obligatoryjnych umów i protokołów,
- import ze środków własnych przedsiębiorstw,
- dostawy wynikające z umów kooperacyjnych i naukowo-technicznych oraz na rzecz spółek polsko-zagranicznych,
- zakupy na rynkach zorganizowanych,
- import części zamiennych, próbnych partii towarów, zakupy interwencyjne i nadzwyczajne.

Poszukiwanie partnera na rynku nie zorganizowanym

Nie zawsze i nie wszystkie towary można zakupić za pośrednictwem rynków formalnych, gdzie – jak to wyjaśniono poprzednio – przedmiotem obrotów są towary wyraźnie wymienione w regulaminach tych rynków. Większość dóbr będących przedmiotem obrotów międzynarodowych nabywa się na rynku wolnym – nie zorganizowanym.

Prowadzenie działalności handlowej na rynku nie zorganizowanym umożliwiają porozumienia międzypaństwowe zawierane w trybie dwu- lub wielostronnym, w których zawierające umowę kraje wyrażają wobec siebie zgodę na prowadzenie działalności handlowej swoich jednostek gospodarczych na obszarze drugich krajów – sygnatariuszy tych umów. Porozumienia te określają rozmiary wymiany towarów i usług między zawierającymi je krajami, regulują istotne warunki tej wymiany, wielkość przyznanych sobie wzajemnie kontyngentów, klauzule największego uprzywilejowania, warunki celno-taryfowe, płatnicze, kredytowe itp. – które mają ułatwić wymianę między podpisującymi je stronami.

Nawiązanie kontaktów handlowych z partnerami krajów socjalistycznych jest sprawą łatwą. We wszystkich tych krajach istnieją jednostki gospodarcze upoważnione do prowadzenia działań w handlu zagranicznym. Jednostki te pracują zazwyczaj na zasadach kompetencji towarowej, czyli z góry wiadomo, z jakim przedsiębiorstwem należy nawiązać kontakty, celem zawarcia transakcji importowej na określone towary.

Na rynku kapitalistycznym, ten sam asortyment towarów może być oferowany przez wielu producentów. Powoduje to konieczność podjęcia starania przez PHZ wyszukania właściwego dostawcy. Wprawdzie krajowy importer często sam sugeruje zakup zamówionego towaru w określonej firmie zagranicznej, jednak jednostka importująca nie musi się tym kierować. PHZ, prowadząc od wielu lat działalność transakcyjną w określonej branży towarowej, ma możliwość zebrania określonego zestawu adresów tych zagranicznych producentów, którzy zamawiany przez importera krajowego towar byłoby w stanie dostarczyć. Do tej wyselekcjonowanej grupy potencjalnych dostawców – zgodnie z posiadanym rozeznanieniem rynków zagranicznych – PHZ rozsyła propozycje nawiązania kontaktu.

5.3. Negocjacje importowe

O ile działalności importowej na rynkach formalnych zazwyczaj z góry wiadomo na jakich warunkach, po jakiej cenie i jaki towar jesteśmy nabyć, to w warunkach prowadzenia działalności importowej na rynku wolnym – niezorganizowanym, bardzo dużo zależy od właściwej jego penetracji przez importera. Prawdopodobieństwo uzyskania oferty odpowiadającej oczekiwaniom jest tym większe, im bardziej dokładna będzie penetracja potencjalnych dostawców i im szczegółowiej sprecyzowane będą potrzeby i warunki na jakich importer jest gotów zawrzeć transakcję.

Nawiązywanie kontaktów

W celu zorientowania się o możliwościach dostaw i o warunkach, na jakich można zawrzeć transakcję importową, przedsiębiorstwo handlu zagranicznego rozsyła „zapytania ofertowe”. Sama ich wysyłka poprzedzona jest zazwyczaj konsultacjami i uzgodnieniami z krajowym importerem, w trakcie których następuje uściślenie jego wymogów i potrzeb. Liczba danych koniecznych do umieszczenia „w zapytaniu ofertowym” oraz ich szczegółowości, w dużej mierze zależą od rodzaju towaru, jaki ma być importowany. Są one tym większe, im większy jest stopień zindywidualizowania tego towaru. Wówczas to oprócz dokładnego opisu samego towaru występuje konieczność załączenia opisu jego parametrów technicznych, a nawet w określonych przypadkach, rysunków i szkiców, charakteryzujących towar, bądź niektóre jego elementy.

W zapytaniu ofertowym podaje się często propozycje wariantowe, uzależnione od różnych warunków płatności, terminów i sposobu dostawy.

Jednym z ważniejszych problemów, które należy rozstrzygnąć już w momencie podejmowania decyzji o rozesłaniu zapytań ofertowych jest sprecyzowanie do kogo zapytania te należy rozesłać. Preferowane jest zwracanie się do producentów, z którymi PHZ ma już wcześniejsze kontakty, możliwie również eksportowe. Tylko w wyjątkowych przypadkach, przy braku innych możliwości zakupu, zapytania ofertowe są kierowane do pośredników lub domów handlowych, które same nie produkując danego towaru pośredniczą w jego dostawach, co w konsekwencji jednak podwyższa cenę towaru o prowizję i koszty handlowe pośrednika.

Przy kierowaniu zapytań do kilku producentów należy również zwrócić uwagę na możliwość istnienia różnych powiązań między nimi, w postaci powiązań między nimi, w postaci powiązań filialnych, związków holdingowych itp. Przedsiębiorstwa takie często działając w zmnowie mogą narzucić trudne warunki dostawy.

Analiza ofert

Na „zapytania ofertowe” zagraniczny eksporter odpowiada zazwyczaj dostarczając tzw. ofertę wywołaną, opracowaną według konkretnych potrzeb żądającego i zawierającą zestaw takich informacji, których się domaga lub które mogą go w szczególny sposób zainteresować. Często oferent dołącza do oferty bliższe opisy oferowanego towaru, rysunki techniczne, próbki lub wzory. Przyjęcie każdej oferty musi być potwierdzone.

Otrzymane oferty zostają wpisane do „zestawienia porównawczego ofert importowych”, umożliwiającego porównanie warunków w nich podanych. Zestawienie takie obejmuje następujące pozycje charakteryzujące oferentów i ich warunki:

- nazwę firmy oferującej i kraj jej pochodzenia
- formę rozrachunku jaki jest prowadzony z danym krajem,
- charakterystykę jakościowo-techniczną oferowanego przez daną firmę towaru,
- cenę w walucie oferty i w złotych,

- inne koszty zwiększające cenę,
- termin dostawy,
- warunki płatności.

Analiza i porównanie warunków podanych w poszczególnych ofertach następuje w obecności przedstawiciela importera krajowego, często wspomaganego przez rzeczoznawcę technicznego.

Rozpatrując otrzymane oferty, analizie poddaje się podstawowe ich elementy: przedmiot dostawy, cenę, warunki płatności oraz termin dostawy.

Przedmiot dostawy. Różnice w opisie oferowanych do dostawy towarów są zazwyczaj tym większe, im dany towar ma charakter bardziej zindywidualizowany. W odniesieniu do maszyn i urządzeń technicznych może się zdarzyć, że każdy z oferentów przekaże odmienne charakterystyki towaru, podkreślające jego walory, a przemilczając inne mniej dodatnie jego cechy. W tych warunkach konieczne staje się zasięgnięcie opinii rzeczoznawców, którzy zorientowani w konkretnych potrzebach krajowego importera rozstrzygają, jaki z oferowanych towarów swymi parametrami najbardziej odpowiada potrzebom importera. Przy imporcie maszyn i urządzeń technicznych, pod uwagę brana jest również kwestia gwarancji i warunków obsługi.

Cena. Pierwszym etapem badań jest sprawdzenie cen podanych w różnych walutach za pomocą przeliczników kursowych do ceny wyrażonej w walucie powszechnie przyjętej w rozliczeniach międzynarodowych, np. do dolara lub rubla transferowego. Ceny te będą się różnić również w zależności od warunków na jakich oferent zobowiązuje się dostarczyć towar. Zadaniem przedsiębiorstwa importującego jest określenie cen netto, a więc np. bez kosztów transportu itp.

W przypadku, gdy przedmiotem importu jest towar mający swoją cenę cennikową (ustaloną przez eksportera) lub cenę ustaloną na giełdzie (co powoduje, że nie może ona w zasadzie być już przedmiotem negocjacji), przedsiębiorstwo handlu zagranicznego odstępkuje od przeprowadzenia dokładnej kalkulacji poszczególnych elementów ceny. W takich przypadkach do podanej przez oferenta ceny dolicza się jedynie tzw. ryczałt kosztów zagranicznych, który obejmuje w jednej kwocie obliczonej procentowo od kwoty oferty i dodanej do niej, ogół tych kosztów, jakie zazwyczaj ponosi PHZ przy realizacji transakcji importowej. Wysokość tego ryczałtu jest określona na podstawie doświadczeń nabytych z realizacji innych transakcji. Po przeliczeniu tak zsumowanej ceny w walucie obcej, PHZ dolicza (obliczony procentowo od kwoty ceny) tzw. ryczałt importowy, stanowiący jego marżę.

Warunki płatności. Na wysokość ceny wpływają warunki płatności, tj. czy zapłata ma nastąpić w clearingu czy w wolnych dewizach, gotówką czy kredytem. Ceny w transakcjach kredytowych są zazwyczaj wyższe, podobnie na ich wysokość wpływ wywiera fakt zapłaty w clearingu. Importer polski nie zawsze ma jednak możliwość wyboru najkorzystniejszych warunków sprowadzających się zazwyczaj do zapłaty gotówkowej i w wolnych dewizach. Wiąże się to bowiem z sytuacją płatniczą kraju. Często chwilowy brak dyspozycji rezerw walutowych zmusza do podjęcia w tym zakresie dalszych negocjacji.

Termin dostawy. Termin dostawy PHZ musi przeanalizować wraz z importerem krajowym. On bowiem, biorąc pod uwagę swoje potrzeby, może określić w jakim terminie, bądź do jakiego terminu zamówiony towar jest mu niezbędnie potrzebny.

Oferowany termin dostawy wiąże się z ceną towaru. Oferent wiedząc, że występuje pilna potrzeba importu u zamawiającego (np. w warunkach awaryjnych brak części zamiennych) często pragnie wykorzystać ten fakt stawiając wygórowane warunki cenowe. Dlatego też korzystne jest wcześniejsze podjęcie negocjacji importowych, albo przynajmniej nie ujawnianie przed oferentem stopnia pilności dostawy.

Wybór dostawy

Wynik porównań wszystkich elementów oferty musi być jeszcze skonfrontowany z aktualnymi wytycznymi obowiązującej polityki handlu zagranicznego, możliwościami płatniczymi itp.

Na podstawie przeprowadzonej analizy następuje wybór najbardziej odpowiedniego dostawcy zagranicznego, którego importer krajowy winien akceptować. Wraz z informacją o dokonanych wyborze proponowanego oferenta zagranicznego, przedsiębiorstwo handlu zagranicznego przesyła krajowemu odbiorcy formalną ofertę na dostawę towaru z importu, w której podana cena w walucie krajowej wynika z kalkulacji ceny podanej przez oferenta zagranicznego, powiększonej o ustaloną zryczałtowaną marżę.

W przypadku, gdy tak obliczona cena krajowa jest zbyt wsoka, należy:

- w uzgodnieniach z odbiorcą krajowym rozpatrzyć i porównać wartość użytkową i techniczną towaru wybranego z podobnymi lub substytucyjnymi towarami zagranicznymi,
- w pertraktacjach z oferentem zagranicznym przeanalizować jego kalkulację kosztów towarzyszących, ze szczególnym rozpatrzeniem możliwości ich obniżenia, względnie przerzucenia części kosztów zagranicznych na koszty krajowe (spedytor krajowy, polski przewoźnik, dostawa na warunkach FOB).

Wytypowanie spośród wielu otrzymanych i uznanie za najbardziej odpowiadającą potrzebom oferty nie oznacza zawsze, że można do oferującego przesłać formalne zamówienie. Często jest konieczne jeszcze wyjaśnienie wielu kwestii i warunków, na jakich może nastąpić zawarcie transakcji i podpisanie kontraktu. Z tych względów przedsiębiorstwo handlu zagranicznego po uzyskaniu wstępnej akceptacji importera krajowego na wytypowanego z porównania ofert dostawcę, często jeszcze podejmuje z nim dalsze negocjacje. Ich przygotowanie i przebieg nie różnią się od tych, jakie są prowadzone przy prowadzeniu negocjacji eksportowych.

Po analizie zebranych ofert oraz ewentualnych uzgodnieniach i wyjaśnieniach szczegółów z ich dostawcami, następuje wybór najbardziej korzystnej oferty, której elementy stają się z kolei podstawą opracowania oferty dla krajowego odbiorcy. Pozostali oferenci są powiadamiani o nieakceptowaniu ich ofert, o ile możliwe z podaniem przyczyn.

Do oferty przygotowanej dla krajowego odbiorcy załącza się zasadnicze warunki dostawy określone przez oferenta zagranicznego, uzupełnione typowymi warunkami, jakie stosuje PHZ. W odpowiedzi na nią importer krajowy przesyła przedsiębiorstwu handlu zagranicznego formalne zamówienie, w których powtarza nazwę i bliższe

cechy zamawianego towaru, jego ilość, cenę sposób opakowania, terminy dostawy, oraz podaje warunki na jakich winna być dokonana dostawa towaru. Zamówienie to ma charakter wiążący, natomiast jego realizacja przez PHZ jest uwarunkowana uzyskaniem pozwolenia importowego i podpisaniem kontraktu z dostawcą zagranicznym. O fakcie zawarcia kontraktu oraz o otrzymaniu pozwolenia importowego, zamawiający odbiorca krajowy musi być niezwłocznie powiadomiony przez PHZ.

5.4. Realizacja kontraktu importowego

W toku realizacji transakcji importowej niezbędne jest tworzenie właściwych warunków do współpracy między przedsiębiorstwem handlu zagranicznego a odbiorcą krajowym.

Przy zawieraniu transakcji odbiorca krajowy powinien zapewnić przedsiębiorstwu handlu zagranicznego obiektywną i fachową ocenę otrzymanych ofert (głównie pod względem technicznym i technologicznym), natomiast strona handlowa – negocjowanie warunków transakcji i podpisanie kontraktu – należą do kompetencji przedsiębiorstwa handlu zagranicznego. W trakcie realizacji kontraktu PHZ powinno też czuwać nad prawidłowym jego przebiegiem, utrzymując stałe kontakty z odbiorcą. Na istotne zmiany kontraktu (np. terminu dostawy) odbiorca krajowy musi wyrazić zgodę. Przy takim podziale kompetencji i zadań zapewnione jest uzyskanie najkorzystniejszych warunków negocjowanej transakcji i właściwy przebieg jej realizacji.

Warunkiem realizacji kontraktu w transakcji importowej jest uzyskanie pozwolenia na przywóz¹. Po jego uzyskaniu kontrakt zostaje opisany na karcie kontraktu, gdzie dokonuje się zapisów informacyjnych o dostawcy, towarze i warunkach kontraktu, a w trakcie jego realizacji – zapisów realizacyjnych, bieżąco notowanych w miarę przebiegu poszczególnych etapów kontraktu.

Do pierwszych czynności realizacyjnych należy zaliczyć wypełnienie i wydanie spedytorowi zlecenia spedycyjnego importowanego. W zależności od ustaleń kontraktu spedytor na podstawie otrzymanego zlecenia albo przejmuje gestię na zorganizowanie przewozu na całej trasie przemieszczania towaru od wysyłającego do miejsca przeznaczenia, albo ogranicza się do przygotowania odbioru na granicy celnej.

W zależności od warunków kontraktu, importer dokonuje również czynności ubezpieczenia towaru na tę część trasy, która nie jest objęta ubezpieczeniem wysyłającego.

Z chwilą otrzymania od spedytora dostawcy informacji o rozpoczęciu wysyłki towaru względnie o jego nadejściu do polskiej granicy celnej, spedytor powiadamia o tym przedsiębiorstwo handlu zagranicznego i krajowego importera (aby mógł przy-

¹ Pozwolenia na przywóz i wywóz zostały omówione w rozdziale 3.4.

gotować się do odbioru) oraz podejmuje w imieniu PHZ czynności celne, Formalnie zgłaszającym towar do odprawy celnej jest właściciel towaru, którego zazwyczaj zastępuje spedytor składając w granicznym urzędzie celnym zgłoszenie celne. Po przyjęciu zgłoszenia urząd celny przeprowadza oględziny zewnętrzne towaru, bądź dokonuje jego rewizji celnej, na podstawie specyfikacji przekazanej wraz z towarem. Na dowód dokonania rewizji celnej urząd celny wystawia dowód odprawy celnej, w którym importowany towar zostaje określony według odpowiedniej pozycji taryfy celnej importowej i na tej podstawie jest dokonany wymiar należności celnej.

Często przy zgłaszaniu towaru do odprawy celnej wymagane jest przedstawienie w urzędzie celnym świadectwa pochodzenia towaru.

Towar jest dopuszczony do obrotu na obszarze celnym kraju importu, gdy nastąpi regulacja należności celnych: cła przywozowego, opłat manipulacyjnych (opłaty stemplowe, wagowe, statystyczne) i innych, jak ewentualnie opłata za zdeponowanie towaru w magazynie celnym.

Podobnie jak przy eksporcie, również przy imporcie jest możliwe – w uzasadnionych przypadkach – użycie karnetu celnego ATA obowiązującego dla czasowego przywozu towaru bez pobierania opłat celnych. Z wnioskiem o dokonanie odprawy celnej warunkowej występuje przedsiębiorstwo handlu zagranicznego.

Mimo, że odbiór i kontrola towaru odbywają się w kraju eksportera, to dla wielu towarów polskie przepisy ochronne wymagają dokonania dodatkowego odbioru jakościowego przed przekroczeniem granicy celnej. Dotyczy to głównie: produktów rolno-żywnościowych, roślin i nasion kwalifikowanych, zwierząt żywych (zdrowotność), farmaceutyków, leków itp. Do urzędowej kontroli ich jakości są uprawnione określone urzędy i instytucje, do których należy zgłosić nadejście z zagranicy tego rodzaju towarów. Urzędy te wystawiają atesty jakości wymagane przez urzędy celne.

Świadczenia wzajemne, czyli zapłata za dostarczony towar, może mieć miejsce bezpośrednio przy dostawie towaru lub w terminie późniejszym, w zależności od warunków kontraktu. Importer polski jest uprawniony do dokonania zapłaty na podstawie „pozwolenia przywozu”, które jest równocześnie zezwoleniem dewizowym na zapłacenie należności za zakupione towary czy usługi.

Z chwilą gdy zapłata należności dostawcy zagranicznemu dokonana zostanie zgodnie z warunkami kontraktu, o czym PHZ zostaje powiadomiony kopią dyspozycji zapłaty wysłanej przez bank handlowy do jego zagranicznego korespondenta, następuje fakturowanie należności na krajowego importera. Do faktury oprócz kwoty należności PHZ wlicza również wszelkie wyłożone koszty oraz swoją prowizję lub marżę, której wysokość kształtuje się (w zależności od branży) na poziomie od 0,7 do 15% sumy należności netto. Należność jest pobierana drogą inkasa bankowego z konta płatnika krajowego, zgodnie z warunkami wymienionymi w formalnym zamówieniu otrzymanym od importera krajowego.

I na tym cykl transakcji importowej zostaje zakończony.

Tym, co różni transakcję o rozkładzie jednej formy płatności od drugiej jest stwierdzenie, w którym roku znajduje się towar w momencie, jaki został przyjęty w transakcji za formu płatności. Gdy zapłata za sprzedany towar występuje jeszcze w czasie, gdy

Literatura zalecana do rozdziału 5

- K. Białecki, Z. Kamiński, H. Wojciechowski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1986,
 S. Szczypiorski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1980,
 H. Wojciechowski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, część II: Działalność akwizycyjno-handlowa na rynkach zagranicznych, AE Poznań, 1981.

6. Rozliczenie i likwidacja transakcji handlu zagranicznego

Po wysłaniu przez producenta towaru za granicę, względnie jego odbiorze od dostawcy zagranicznego, następuje rozliczenie transakcji.

Podstawową tendencją w rozliczeniach handlu zagranicznego jest dążenie do ograniczania ogniw pośredniczących, których włączenie do operacji płatniczych wydłuża czasokres rozliczeń i podnosi ich koszt. Nie zawsze jest to jednak możliwe, szczególnie wtedy, gdy mamy do czynienia z partnerem nieznanym i nowym, względnie z takim, o którym wiemy, że nie zawsze solidnie wywiązuje się ze swoich zobowiązań płatniczych. W tych przypadkach do rozliczeń włącza się bank – w Polsce Bank Handlowy S. A. w Warszawie.

Wszędzie tam, gdzie pośrednictwo bankowe nie jest konieczne, rozliczenie transakcji następuje poprzez tzw. rachunek otwarty tzn. przysyłając dowody dostawy bezpośrednio do odbiorcy towaru, który reguluje swoje zobowiązanie w umówionym w kontrakcie terminie przekazem bankowym lub nawet tylko przysyłając czek rozliczeniowy.

Rozliczenie transakcji handlu zagranicznego w praktyce może więc przebiegać:

- w formie bezpośredniej między obu zainteresowanymi partnerami, tj. między kupującym i sprzedającym,
- w formie pośredniej, kiedy do rozliczenia transakcji włączona zostaje trzecia jednostka, która występując w imieniu jednej z bezpośrednich stron transakcji wspomaga dokonanie rozliczenia, przejmuje na siebie ciężar kredytowania, ryzyko otrzymania zapłaty w terminie itp.

6.1. Formy świadczenia wzajemnego

W rozliczeniu transakcji z partnerem zagranicznym świadczeniem wzajemne może mieć miejsce bezpośrednio przy dostawie towaru, względnie w późniejszym terminie. W związku z tym rozróżniamy dwie następujące formy płatności:

- płatności gotówkowe,
- płatności kredytowe.

Tym, co rozstrzyga o rozdziale jednej formy płatności od drugiej jest stwierdzenie, w czym rękę znajduje się towar w momencie, jaki został przyjęty w transakcji za termin płatności. Gdy zapłata za sprzedany towar występuje jeszcze w czasie, gdy

znajduje się on w posiadaniu sprzedającego (w znaczeniu fizycznym lub umownym – za pośrednictwem odpowiednich dokumentów np. dowodów składowych, listów przewozowych itp.) uważa się ją za płatność gotówkową. Natomiast w przypadku, gdy dostawa towaru nastąpiła wcześniej niż świadczenie wzajemne, wówczas ma ono charakter płatności kredytowej.

Płatności gotówkowe

Płatności gotówkowe w handlu zagranicznym mają miejsce wtedy, gdy zapłata za dostarczone dobra nastąpiła:

- z góry, przed fizyczną dostawą towaru (ewentualnie w formie zaliczki),
- równocześnie z fizycznym przekazaniem towaru,
- w krótkim czasie (zwyczajowo do 30 dni) po wykonaniu dostawy.

Środkami płatniczymi gotówkowymi są:

- czeki,
- przekazy bankowe,
- akredytywy,
- inkaso.

Czek jest dokumentem płatniczo-rozliczeniowym o bezwarunkowej formie zapłaty. Za jego pośrednictwem wystawca wydaje do banku zlecenie wypłacenia wskazanej w nim osobie lub okazicielowi podanej sumy pieniędzy ze środków płatniczych posiadanych na rachunku bankowym.

Dla swej ważności czek musi zawierać: nazwę „czek” w tekście, bezwarunkowe polecenie wypłaty sumy pieniędzy określonej cyfrowo i słownie, nazwą banku, w którym jest płatny, oznaczenie rachunku z którego wypłata ma być dokonana, datę i miejsce wystawienia, podpis wystawcy. Nie można na czeku umieszczać żadnych uwag ograniczających zapłatę. Ponieważ czek jest dokumentem płatnym za okazaniem, nie może też być anty- lub postdatowany. Musi posiadać pokrycie w postaci odpowiedniej sumy pieniędzy zgromadzonych na koncie wystawcy czeku w banku, na który został wystawiony. Czek bez pokrycia podlega zastrzeżeniu wypłaty przez bank, czyli tzw. protestowi i przekazany zostaje do uproszczonego postępowania sądowego. Termin prezentowania czeku do zapłaty w banku krajowym jest ograniczony do 8 dni, do 20 dni w innych bankach europejskich i 70 dni w innych bankach pozaeuropejskich.

Rozróżniamy czeki:

- z wystawienia płatnika, płatne w ciężar jego rachunku bankowego,
- z wystawienia płatnika potwierdzone przez bank, w którym będzie płatny,
- z wystawienia banku, płatny w ciężar płatnika, tzw. czek bankierski. Czeki te z uwagi na gwarancje bankowe jakie zawierają, pod względem solidności są traktowane na równi z weksłami. Czeki bankierskie lub potwierdzone przez bank muszą być opłacone z tytułu uzyskanej gwarancji,
- czeki rozrachunkowe, będące również formą zapłaty polegającą na wręczeniu lub przesłaniu czeku przez zleceniodawcę lub jego bank bezpośrednio zagranicznemu beneficjentowi lub (rzadziej) do jego banku. Ta forma zapłaty preferowana jest przez polskich importerów (z wystawienia Banku Handlowego).

Przekaz bankowy jest pisemnym poleceniem skierowanym przez posiadacza określonych środków płatniczych do banku w którym te środki są zgromadzone, przekazania określonej w zleceniu kwoty na konto wierzyciela.

Przekaz ma charakter polecenia bazwarunkowego, którego nie można odwołać. Jest on szeroko stosowany w rozliczeniach przede wszystkim między partnerami, którzy mają do siebie pełne zaufanie i prowadzą operacje bankowe w długich okresach.

Przekaz bankowy jest najprostszą, a równocześnie najskuteczniejszą i z tego powodu szeroko rozpowszechnioną z uwagi na łatwość jej stosowania formą zapłaty. Realizacja przekazu nie jest uzależniona od spełnienia określonych warunków (np. dostarczenia dokumentów wysyłki). Dla przyspieszenia przekazania należności często też stosowane są zlecenia telegraficzne lub telexowe, które zabezpieczają płaconego przed możliwością poniesienia straty z tytułu wystąpienia różnic kursowych w okresie między wydaniem zlecenia przekazu a jego realizacją.

Akredytywa nazywana jest często przekazem uwarunkowanym. Istota akredytywy polega na tym, że kupujący wyraża z góry zgodę na wypłacenie przez bank na rzecz sprzedającego (benificjenta) należności za dostarczony towar, o ile spełnione zostaną określone warunki podane w akredytywie, tzn. nastąpi fizyczne lub umowne przekazanie towaru (akredytywa towarowa) lub określonych dokumentów potwierdzających wysłanie towaru do kupującego (akredytywa dokumentowa). Sprzedający powinien w odpowiednim momencie wezwać nabywcę do otwarcia akredytywy. Bank dłużnika o otrzymaniu takiego zlecenia od nabywcy informuje bank wierzyciela (dostawcy), wskazując warunki, po których spełnieniu dokona zapłaty. Z chwilą zrealizowania dostawy, wierzyciel (bonificjent) akredytywy przedstawia przewidziane dowody swemu bankowi, który sprawdza je z warunkami na jakich akredytywa była wystawiona i uwiadamia o tym bank dłużnika, który na to oświadczenie niezwłocznie dokonuje przelewu należności. Akredytywa, a przede wszystkim akredytywa dokumentowa, ma szerokie zastosowanie w rozliczeniach międzynarodowych. W praktyce występuje wiele odmian i wiele zwyczajów posługiwania się akredytywą. Próby ich ujednolicenia podejmowała Międzynarodowa Izba Handlowa już od 1933 r. Z dniem 1.10.1984 r. roku weszła w życie nowa wersja jednolitych zwyczajów i praktyk dotyczących akredytyw dokumentowych wydanych przez tę Izbę.

Kraje socjalistyczne stosują rozliczenia płatnicze za pomocą akredytywy przy płatnościach do krajów kapitalistycznych. Również przeważająca część polskiego importu z krajów kapitalistycznych rozliczana jest za pomocą akredytywy dokumentowej. Otwierana jest ona przez Bank Handlowy S. A. w Warszawie, natomiast w polskim eksporcie do krajów kapitalistycznych akredytywę stosuje się rzadko.

Akredytywa jest stosunkowo drogim środkiem rozliczenia płatności. Na koszt rozliczenia składają się bowiem prowizja od otwarcia akredytywy oraz prowizja za jej realizację. Doliczane są do nich koszty portoriów, korespondencji teleksowej itp.

Handlowy list kredytowy jest pokrewną formą akredytywy. Wystawiany jest przez kupującego bezpośrednio na dostawcę i zazwyczaj jest mu doręczany. W praktyce polskiego handlu zagranicznego handlowy list kredytowy otwierany jest w Banku Handlowym S. A. i wówczas zapłata za dostawę następuje po przyjęciu

dokumentów przez bank. Koszty prowizji za otwarcie dokumentu płacone są tylko bankowi polskiemu.

Inkaso jest również bezwarunkową formą zapłaty. Polega ono na wydaniu przez sprzedającego w momencie przekazania towaru kupującemu, polecenie do swojego banku ściągnięcia od dłużnika należności za dostarczony towar. Do polecenia dołączane są odpowiednie dokumenty potwierdzające, że towar został przekazany kupującemu. Rozróżniamy inkaso dokumentowe (zapłata za wydane dokumenty towarowe), oraz inkaso towarowe (zapłata za wydany towar). Sens inkasowej formy zapłaty polega na tym, że kupujący może wejść w posiadanie towaru wysłanego przez sprzedającego dopiero wówczas, gdy nastąpiło wykupienie dokumentów inkasowych, a więc po pokryciu należności. W ten sposób zastosowanie inkasa uniemożliwia przejęcie towaru przez kupującego bez dokonania zapłaty. Niezgodnością dla sprzedającego jest fakt, że kupujący może opóźnić lub odmówić wykupu dokumentów. Wprawdzie nie otrzymuje on wówczas towaru, ale naraża sprzedającego na kłopoty i straty (musi szukać innego kupującego, ponosi koszty składowania, towar spoczywa w złych warunkach itd.). Również sam czas realizacji zapłaty należności, z uwagi na czas przesyłania dokumentów i bankowe operacje rozliczeniowe wydłuża się. Dlatego też płatności inkasowe są prowadzone przede wszystkim między partnerami, którzy sobie wzajemnie ufają i mają dłuższe już kontakty handlowe.

Często dla przyśpieszenia wpływu należności, stosuje się tzw. **inkaso bezpośrednie** (ograniczające liczbę banków pośredniczących) lub też zabezpieczenie inkasa gwarancją bankową, przy której bank udzielający gwarancji dokonuje zapłaty w momencie przedstawienia mu dokumentów dostawy towaru.

Płatności drogą inkasa są podstawową formą rozliczeń wprowadzoną między krajami socjalistycznymi poprzez Bank Międzynarodowej Współpracy Gospodarczej. Rozliczenie następuje tu drogą automatycznego pobierania należności z konta dłużnika i przelanie jej na konto wierzyciela (w tym samym banku – MBWG), bez uprzedniego badania prawidłowości i akceptowania przedłożonych dokumentów. Jest to tzw. **inkaso bezwarunkowe** z późniejszym akceptem. OWD RWPG przewidują możliwość wnoszenia w ciągu 14 dni od daty otrzymania faktury zastrzeżeń i reklamacji i w związku z tym żądania zwrotu całej już zapłaconej sumy lub jej części.

Płatności kredytowe

Kredytowanie płatności polega na otrzymaniu efektywnej zapłaty, która – za zgodą sprzedającego (wierzyciela) – następuje w pewien czas po wysłaniu towaru do nabywcy. Towar jest dostarczony w zamian za zobowiązanie kupującego zapłacenia należności w późniejszym terminie, ustalonym umownie ze sprzedającym. To zobowiązanie jest też często zabezpieczone np. gwarancją banku, lub innym dokumentem gwarancyjnym.

Rola kredytu w współczesnym handlu międzynarodowym szybko wzrasta. Wiąże się to ze wzrostem wartości towarów będących przedmiotem handlu międzynarodowego, w tym przede wszystkim maszyn i urządzeń technicznych, na których zakup przy natychmiastowej zapłacie całej należności nabywca nie zawsze może sobie pozwolić.

Cenę jaką płaci się za możliwość korzystania z kredytu przez ustalony czas stanowi stopa oprocentowania kredytu. Ze względu na czasokres kredytowania rozróżniamy:

- kredyty krótkoterminowe, o spłacie jednorazowej w oznaczonym terminie i okresie trwania do 12 miesięcy,
- kredyty średnioterminowe, o okresie trwania do 5 lat, w czasie których spłacane są w umownych odstępach czasu,
- kredyty długoterminowe, udzielane na okresy powyżej 5 lat, spłacane zazwyczaj w rocznych ratach.

W zależności od okresu, na który udzielony został kredyt, określone są stawki oprocentowania. Są one z reguły wyższe im krótszy jest okres kredytowania.

W rozróżnieniu źródeł finansowania, kredyty podzielić możemy na pochodzące ze źródeł publicznych i ze źródeł prywatnych.

Kredyty publiczne są w zasadzie niżej oprocentowane. Dziela się na państwowe (rządowe) oraz organizacji międzynarodowych.

Kredyty państwowe udzielane są najczęściej w celu finansowania eksportu danego kraju i stanowią ważne narzędzie promowania handlu zagranicznego.

Kredyty organizacji międzynarodowych, udzielane są głównie na finansowanie potrzeb rozwojowych krajów członkowskich tych organizacji. Najważniejszymi instytucjami udzielającymi kredytów międzynarodowych są: grupa Banku Światowego, regionalne banki rozwojowe i Międzynarodowy Fundusz Walutowy.

Kredyty prywatne są wyżej oprocentowane. Dziela się na kredyty handlowe, bankowe oraz kredyty z rynku kapitałowego.

Kredyt handlowy (kupiecki) lub towarowy polega na wyrażeniu przez sprzedającego zgody na to, aby kupujący zapłacił za nabyty towar w terminie późniejszym. Jest to więc wspólne wyrażenie określone w kontrakcie uzgodnienie wykonania świadczenia wzajemnego w terminie późniejszym. Warunki na jakich następuje odroczenie zapłaty stanowią integralną część klauzul płatniczych kontraktu. Stopa procentowa tych kredytów oparta jest na stopie rynku kredytów krótkoterminowych.

Kredyt kupiecki lub handlowy z reguły udzielany jest na krótkie terminy spłat, zazwyczaj do 180 dni przy towarach nieinwestycyjnych, oraz do 360 dni przy dostawach dóbr inwestycyjnych. Jest to więc kredyt krótkoterminowy. W handlu zagranicznym kredyt kupiecki stosowany jest przede wszystkim wtedy, gdy eksporterowi szczególnie zależy na zawarciu transakcji i nie ma innej możliwości sprzedaży, a sam nabywca przy braku efektywnych środków płatniczych, nie chce czy nie może się uzależnić od kredytów bankowych. Czasem też kredyt kupiecki jest stosowany jako zachęta do zawarcia stałych kontaktów handlowych.

W działalności eksportowej PRL kredyt kupiecki nie jest często stosowany chociaż, w miarę jak narastają trudności z umiejscowieniem naszego eksportu, pojawia się coraz częściej i w przypadkach uzasadnionych trzeba eksportować towary na warunkach przynajmniej krótkoterminowych kredytów kupieckich. Istnieje też szereg takich kredytów, które zwyczajowo są sprzedawane w obrocie międzynarodowym na kredyt, jak np. dobra inwestycyjne, maszyny i urządzenia techniczne.

Przy udzielaniu kredytu kupieckiego ważna jest forma zabezpieczenia kredytu. Niezależnie od wyrażonego w kontrakcie zobowiązania się nabywcy do jego zapłacenia w terminie, otrzymujący kredyt wręcza sprzedającemu określony dokument zabezpieczający. Dokumentami takimi mogą być:

- weksel,
- gwarancja bankowa.

W e k s e l jest dokumentem obowiązującym wystawcę lub wskazaną przez niego osobę do bezwarunkowego zapłacenia określonej osobie w wyznaczonym czasie i w miejscu wymienionej w nim sumy pieniędzy.

Dla samej ważności weksel musi zawierać: w tekście nazwę „weksel”, bezwarunkowe polecenie lub przyrzeczenie zapłacenia oznaczonej cyfrowo i słownie sumy pieniędzy, nazwisko i adres osoby, która ma zapłacić tę sumę, nazwisko osoby na rzecz, której wypłata ma być dokonana, datę i miejsce wystawienia, podpis wystawcy. W wekslu powinny być również określone termin i miejsce płatności. Weksel może być wystawiony w dwóch postaciach: jako:

- weksel własny (tzw. weksel sola), w którym sam wystawiający zobowiązuje się dokonać zapłaty należności określonej w wekslu na rzecz innej osoby wskazanej w tekście.

Często dla lepszej gwarancji uzyskania zapłaty weksel jest „wzmocniony” przez podpisy osób trzecich (tzw. poręka lub indos),

- weksel ciągniony (trata), którym wystawca (trasant) poleca określonej osobie dokonać sobie zapłaty określonej sumy pieniędzy, lub osobie wskazanej (remitentowi), w terminie podanym na wekslu. Weksel „ciągniony” na określonego płatnika musi być przez niego przyjęty przez złożenie podpisu i z tą chwilą staje się akceptem. Akceptantem może być również sam wystawca. Wówczas weksel uzyskuje nazwę „weksla trasowanego własnego”, identyfikowanego z wekslem „solo”.

Dodatkowe zabezpieczenie zapłaty sumy wekslowej stanowi a w a l (czyli poręka). Oświadczenie o poręczeniu (czyli o awalizowaniu weksla) umieszczone jest na przedniej stronie określeniem „per awal” na wystawcę weksla.

W przypadku nie wywiązania się przez dłużnika z zobowiązania wekslowego w terminie, wierzyciel może weksel zaprotestować. Odpowiednią klauzulę protestową składa wówczas wierzyciel do banku z poleceniem realizacji weksla przez bank, w postaci tzw. domicylu wekslowego.

Weksle wystawione na pokrycie zobowiązań wynikających z transakcji kupna-sprzedaży nazywane są wekslami handlowymi, weksle nie wystawiane dla operacji handlowej (np. na pokrycie uzyskanej pożyczki) nazywane są wekslami finansowymi.

Maksymalny termin ważności weksli handlowych wynosi około 90 dni. Ważnym walorem weksla jest możliwość jego odsprzedaży czyli zdyskontowania przez upływem terminu jego płatności. Skupem weksla zajmują się banki, które przy ich zakupie potrącają od sumy wekslowej określonej wysokości odsetki, czyli je dyskontują.

Weksel podobnie jak czek podlega przepisom specjalnego prawa wekslowego. Zarówno jego postać zewnętrzna jak i treść muszą odpowiadać ściśle przepisom prawnym danego kraju. W przypadku nie wykupienia w terminie, podlega on uproszczonemu postępowaniu sądowemu i egzekucyjnemu.

Gwarancje bankowe są to różnego rodzaju dokumenty, w których bank przyjmuje na siebie zobowiązanie spłacenia długu dłużnika w przypadku, gdy ten nie dokona tego w uzgodnionym terminie. Stanowią więc szczególnie przydatną formę zabezpieczenia kredytu kupieckiego w tych wszystkich przypadkach, gdy transakcja ma charakter powtarzający się lub ciągły. Różnorodność form w których bank wyraża swoje gwarancje jest duża, a z pośród nich najważniejsze są gwarancje i poręczenia bankowe oraz awal i akcepty bankowe.

Wśród gwarancji bankowych najczęściej spotykaną formą jest list gwarancyjny, wystawiany przez bank dłużnika zobowiązujący się do zapłacenia w określonym terminie należności w przypadku, gdy tego nie uczynił dłużnik. Ważnym w wyborze banku gwarantującego jest wybór takiego, który daje na rękojmię zapłaty. Z tego też względu często przy zawieraniu transakcji np. z krajami rozwijowymi żądają się gwarancji znanych banków europejskich, a nawet wskazuje się konkretny bank, który ma udzielić gwarancji.

Inną formę gwarancji stanowią akcepty i poręczenia bankowe najczęściej w formie wekslowego awalu bankowego, który ma tę przewagę nad zwykłym akceptem wekslowym, że w tym przypadku bank staje się głównym dłużnikiem. Awal wekslowy bankowy polega na tym, że na wekslach ciągniętych na odbiorcę, niezależnie od akceptu dłużnika, umieszcza się również akcept banku.

Kredyty bankowe udzielane mogą być w postaci kredytów banków zagranicznych albo w formie kredytów międzynarodowych.

Stopa procentowa kredytu banku zagranicznego wyznaczana jest warunkami panującymi na rynku pieniężnym i kapitałowym kraju – siedziby banku. Zależy też w dużym stopniu od koniunktury gospodarczej istniejącej w danym kraju, stosowanej tam polityki pieniężno-kredytowej i walutowej, poziom ewentualnej inflacji itp. Stopa procentowa kredytów banków międzynarodowych, w zależności od terminu udzielonego kredytu, oparta jest na krótkoterminowej stopie międzybankowej rynku londyńskiego – LIBOR, do której dolicza się koszty kredytu, jak marżę bankową (tzw. spread), prowizję i inne koszty.

Kredyty z rynku kapitałowego otrzymywane są poprzez emisję obligacji na rynku określonego kraju, lub na międzynarodowym rynku walutowym z emisji obligacji międzynarodowych. Obligacje oprocentowane są wyżej niż kredyty bankowe. Wysokość stopy procentowej kształtuje się pod wpływem popytu na kredyty, podaży kapitałów, wysokości kosztów emisji obligacji, waluty denominacji i innych warunków.

Obok transakcji typowych, w których środkiem regulowania zobowiązań jest pieniądź, w handlu międzynarodowym występują często transakcje, gdzie towar sprzedaje się bezpośrednio za towar. Należy jednak zastrzec, że wprawdzie pomija się w tym przypadku pośrednictwo pieniądza, a jedno dobro zamieniane jest bezpośrednio na dobro inne, jednak i tu środkiem rozliczającym wartość zamienianych dóbr jest również pieniądź. Transakcje tego typu zawierane są w warunkach, kiedy przynajmniej u jednego partnera istnieją ograniczenia możliwości dokonywania płatności pieniężnych z tytułu dostawy towarów lub usług. Nazywa się

je często transakcjami wzajemnie uwarunkowanymi. Współcześnie występuje wiele odmian, różniących się od siebie w technice ich prowadzenia.

W handlu międzynarodowym (szczególnie między krajami o różnym stopniu rozwoju gospodarczego) często występują też trudności w równoważeniu obrotów. Kraje posiadające deficyt bilansu handlowego, przy braku możliwości jego pokrycia z innych źródeł, dążą do jego likwidacji drogą stosowania różnych form rozliczeń wyrównujących saldo, m. in. drogą stosowania wymiany „towa za towar”, oferując do tej wymiany towary szczególnie atrakcyjne dla partnera i tą drogą niejako wymuszając jego zgodę na dostawy takich towarów, na których nabyciu z kolei zależy oferentowi.

Współcześnie znaczna część wymiany międzynarodowej, zwłaszcza handel z krajami rozwojowymi, odbywa się na tych zasadach.

Istnieją różne rodzaje tego typu transakcji (często nazywanych transakcjami wzajemnie uwarunkowanymi).

Najczęściej są to:

- transakcje kompensacyjne,
- umowy clearingowe,
- transakcje wiązane,
- kompensaty produkcyjne,
- porozumienia kooperacyjne.

6.2. Załatwianie reklamacji i sporów

Sprzedający ponosi pełną odpowiedzialność za realizację ustaleń kontraktowych. Wynika ona:

- z tytułu rękojmi,
- z tytułu gwarancji.

Rękojmia jest odpowiedzialnością zarówno za należyte wykonanie obowiązku przeniesienia własności przedmiotu kontraktu, jak i obowiązku wydania przedmiotu sprzedaży w należytym stanie. W pierwszym przypadku jest to odpowiedzialność za wystąpienie ewentualnych wad prawnych przedmiotu kontraktu, w drugim przypadku za wystąpienie jego wad fizycznych.

Pod pojęciem wad prawnych rozumie się powszechnie brak u sprzedającego prawa do przeniesienia prawa własności przedmiotu sprzedaży, względnie istnienie na przedmiocie sprzedaży obciążeń prawnych na rzecz osób trzecich.

Wady fizyczne przedmiotu sprzedaży występują wówczas, gdy przedmiot ten ma zmniejszoną wartość lub użyteczność w stosunku do tych, jakie zostały określone w kontrakcie, względnie gdy występuje brak tych właściwości przedmiotu sprzedaży, o których istnieniu sprzedający zapewnił kupującego w kontrakcie.

Dla uniknięcia skutków wynikających z odpowiedzialności z tytułu rękojmi sprzedający z reguły dąży do zawężenia swej odpowiedzialności drogą wprowadzenia umownych klauzul gwarancyjnych.

Gwarancja polega na stwierdzeniu przez sprzedającego w kontrakcie, że dostarczony wyrób jest nowy, bez wad materiałowych i wykonawczych i w użytkowaniu będzie działał zgodnie z założonym celem. W przypadku ujawnienia się w ciągu z góry określonego czasu wad fizycznych sprzedanego przedmiotu, sprzedający jest zobowiązany wady te usunąć, lub przedmiot wymienić na inny, wolny od wad. Strony umowy mogą w umowie uzgodnić objęcie gwarancją szerszego lub węższego zakresu wad fizycznych, jak i wyłączyć lub zmodyfikować odpowiedzialność z tytułu gwarancji co do niektórych części składowych przedmiotu sprzedaży. Gwarancja może być zarówno dodatkowym zobowiązaniem sprzedającego podjętym niezależnie od rękojmi, lub nawet występować w miejsce rękojmi, stanowiąc jej modyfikację. Wówczas też możliwość dochodzenia praw z tytułu rękojmi jest ograniczona lub wyłączona.

Udzielając użytkownikowi gwarancji, gwarant stawia pewne wymagania, spełnienie których uzależnia bądź samo istnienie gwarancji bądź jej treść. Do najczęściej występujących należą tu:

- obowiązek dokonywania określonych czynności w ściśle określonym momencie użytkowania towaru (jak np. dokonanie przeglądu w okresie wstępnej eksploatacji urządzenia technicznego), poddanie urządzenia okresowym zabiegom konserwacyjnym i pielęgnacyjnym przeprowadzanym w określonych odstępach czasu lub w trakcie wykonywanej pracy,
- obowiązek powstrzymywania się od określonych działań na przedmiocie objętym gwarancją, jak np. dokonywania przeróbek i samowolnych napraw przez osoby nie upoważnione przez gwaranta.

Gwarancja nie obejmuje wad wynikłych z niewłaściwej eksploatacji wyrobu, jak również wad wynikłych z normalnego zużycia lub z odmiennych niż przewidziano w instrukcji warunków eksploatacji. Sprzedający przyjmuje na siebie określone obowiązki, z których jako najbardziej typowy występuje obowiązek usuwania usterek i wad spowodowanych ujawnionymi w trakcie pracy przedmiotu błędami konstrukcyjnymi, niewłaściwym wykonaniem albo nieprawidłowym lub wadliwym materiałem, przez naprawę lub wymianę wadliwych elementów. Jeśli jednak mimo wezwania sprzedający nie przeprowadzi w odpowiednim czasie naprawy względnie wymiany uszkodzeń wówczas nabywca jest uprawniony do podjęcia koniecznych przedsięwzięć na jego rachunek.

Ważność udzielonego okresu gwarancji obowiązuje w określonym czasie:

- od daty ukończenia produkcji przedmiotu dostawy,
- od daty zawiadomienia nabywcy przez sprzedawcę o gotowości towaru do wysyłki,
- od daty dostawy,
- od daty uruchomienia przedmiotu dostawy względnie rozpoczęcia jego eksploatacji.

W kontraktach zawieranych z kontrahentami z krajów socjalistycznych, Polska udziela gwarancji zgodnie z postanowieniami Ogólnych Warunków Dostaw RWPG 1968/1975.

Z reguły, dla części towaru naprawionej względnie wymienionej przedłuża się okres gwarancji o czasokres, w którym była ona uszkodzona bądź nieużyteczna. Jeśli

uszkodzenie spowodowało postój całego urządzenia, całkowity okres gwarancyjny przedłuża się o czas, w ciągu którego urządzenie nie było używane na skutek ujawnionej wady.

Aby wada mogła być objęta gwarancją, musi być ujawniona przed upływem jej terminu – chociażby w ostatnim jej dniu. Jako wyraz troski o klienta występują często również praktyki respektowania reklamacji i wad ujawnionych nawet po upływie terminu gwarancji, jeśli naturalnie są to wady produkcyjne. Obok gwarancji jakości sprzedanego towaru, przy transakcjach dotyczących maszyn i urządzeń technicznych, a zwłaszcza kompletnych obiektów przemysłowych, występują również gwarancje wskaźników techniczno-ekonomicznych, zwane często potocznie gwarancjami technologicznymi, efektywności, funkcjonalności, wydajności itp. W ramach gwarancji technologicznych sprzedający przyjmuje odpowiedzialność za osiągnięcie przez sprzedane urządzenie określonych wyników, tj.

- wydajności produkcji,
- jakości wykonawczych produktów,
- ekonomiczności produkcji.

Gwarancja wydajności produkcji określa osiągnięcie w określonym przedziale czasu w normalnej eksploatacji ustalonej w kontrakcie ilości produktu o określonych parametrach jakościowych. Gwarancja ekonomiczności produkcji określa wielkość zużycia materiałów podstawowych i pomocniczych niezbędnych do uzyskania oznaczonej ilości produktu finalnego. Ryzyka przy gwarancji technologicznej są szczególnie rozległe i obejmują nie tylko działania poszczególnych elementów urządzenia, ale również cały skomplikowany nieraz proces produkcji, w których liczba współpływających na niego czynników, również zewnętrznych i niezależnych od gwaranta, może być znaczna. Powyższe wiąże się też z koniecznością wprowadzenia przy udzielaniu gwarancji technologicznej szczegółowych postanowień dotyczących sposobu sprawdzenia drogą próby gwarancyjnej dotrzymania gwarantowanych wskaźników. Z chwilą też, gdy próby przebiegały pomyślnie uważa się, że sprzedający dotrzymał gwarancji. Gdy chociażby jednorazowo stwierdzone zostało, że dostarczone urządzenie jest w stanie osiągnąć gwarantowane wskaźniki urządzenia. Kontrakt może także przewidywać odbycie więcej niż jednej próby gwarancyjnej nawet w przypadku, gdy próba się powiedzie. Kosztem przeprowadzenia próby gwarancyjnej obciąża się najczęściej sprzedającego. W przypadku niespełnienia gwarancji technologicznej, obowiązkiem sprzedającego jest przeprowadzenie zmian, modyfikacji względnie uzupełnień instalacji produkcyjnej. W przypadku jednak bezskuteczności naprawy urządzenia nie w pełni wydajnego, odmiennie niż w przypadku gwarancji jakościowej, podstawowym uprawnieniem nabywcy jest możliwość żądania odszkodowania w wysokości obliczonej według zasad przyjętych w kontrakcie, zazwyczaj w zależności od stopnia odchylenia wskaźników rzeczywistych od gwarantowanych. Gwarancje technologiczne w zasadzie nie są regulowane przepisami gwarancyjnymi. Nie przewidują ich też OWD RWPG dopuszczając w tym zakresie swobodę stron przy ich regulowaniu w samym kontrakcie.

Formy załatwiania reklamacji

Mimo obwarowania wieloma zastrzeżeniami i szczegółowego określenia praw i obowiązków stron, realizacja kontraktu czy jego poszczególnych postanowień mogą nie zostać wykonane właściwie przez jednego z partnerów kontraktu. Następuje w takim przypadku wniesienie pod adresem partnera reklamacji i roszczenie naprawy powstałej w związku z tym szkody.

Pod pojęciem reklamacji rozumiemy złożone przez partnera kontraktu oświadczenie stwierdzające niezgodność wykonania określonych zobowiązań umownych przez drugiego partnera i wnoszące roszczenie do naprawienia powstałych w związku z tym szkód.

Ogół reklamacji podzielić możemy na:

1). reklamacje towarowe wiążące się z niewłaściwym wykonaniem świadczenia towarowego, obejmujące zastrzeżenia odnośnie:

a) jakości dostarczonego towaru. Reklamacje z tego tytułu występują najczęściej. Odnoszą się one zarówno do niezgodności gatunku lub rodzaju dostarczanego towaru w stopniu do uzgodnień przyjętych w kontrakcie, jak i do dostarczenia towaru o niższej niż ustalono jakości, lub posiadającego wady jakościowe;

b) ilości dostarczonego towaru. Dotyczą one w pierwszym rzędzie występowania różnic ilościowych w dostarczonej partii towaru w stosunku do ustaleń kontraktu lub przekraczających dopuszczalne tolerancje i normy użytków. Nie zawsze za braki ilościowe odpowiedzialny jest sprzedający. Mogą one powstać również w czasie przewozu, składowania itp. Z tego względu złożenie reklamacji odnośnie ilości towaru musi być poprzedzone zbadaniem powodu jego braku. Dopiero wówczas, po ustaleniu kto ponosi winę za powstałe braki, do winowajcy można skierować reklamację;

c) nieodpowiedniego opakowania, co może prowadzić do powstania strat ilościowych lub jakościowych, względnie utrudnić, a nawet uniemożliwić sprzedaż towaru (np. dostawa towaru w cysternie zamiast w małych pojemnikach). Również w tym przypadku nabywca może odstąpić od kontraktu, żądać wymiany dostarczonego towaru na pakowany w określony w kontrakcie rodzaj opakowania, lub też żądać pokrycia kosztów dokonanego we własnym zakresie przepakowania towaru, naprawy opakowania itp.;

d) nieprzestrzegania terminu świadczenia towarowego czyli zwłoki dostawy. Konsekwencje finansowe nie dostarczenia towaru w terminie mogą być często (np. przy budowie kompletnego obiektu przemysłowego, opóźnienie dostawy jednego z jego elementów (bardzo wysokie. Z tego też powodu niedostarczenie towaru w terminie, powodujące poniesienie strat finansowych przez nabywcę, uprawnia go do wystąpienia z roszczeniem o pokrycie poniesionych z tego tytułu kosztów;

2). reklamacje handlowe, wnoszone na wskutek nieprzestrzegania lub odmiennego realizowania postanowień kontraktu, dotyczących jego warunków handlowych i finansowych. Reklamacje te mogą mieć najróżnorodniejszy charakter. Często

mogą one wynikać nawet z błędów popełnionych przez wystawiających faktury, odmiennego niż w kontrakcie określenia ceny itp.

Uprawnionym do składania reklamacji jest bezpośredni partner kontraktu, a więc nabywca lub sprzedawca towaru. W tym ostatnim przypadku reklamacja dotyczyć może np. błędnego podania dyspozycji wysyłkowej przez nabywcę co naraziło sprzedającego na dodatkowe koszty, opóźnienie zapłaty za dostarczony towar itp.

Reklamacja winna być zgłoszona na piśmie, niezwłocznie po stwierdzeniu uchybień w realizacji postanowień kontraktu dających podstawę do ich wniesienia. Wnoszona jest bezpośrednio do partnera, który nie dotrzymał warunków kontraktu.

Reklamacja powinna jasno precyzować jakie nastąpiły uchybienia w realizacji kontraktu. Stwierdzenie to winno być odpowiednio udokumentowane. W zależności od rodzaju reklamacji mogą to być próbki reklamowanego towaru, protokoły braków, oświadczenia miarodajnych instytucji, rzeczoznawców itp., jak również stwierdzenia dokonane przez agentów lub przedstawicieli partnera.

Stwierdzając niedotrzymanie warunków kontraktu, reklamujący ma prawo:

- odstąpić od umowy i postawić do dyspozycji sprzedającego dostarczony towar,
- żądać przyznania odpowiedniej bonifikaty od fakturowanej ceny towaru, względnie
- żądać wymiany wadliwego towaru na inny, o jakości zgodnej z warunkami kontraktu.

Niezależnie od powyższego, reklamujący może występować do partnera z roszczeniem o pokrycie szkód i strat poniesionych w związku z niewłaściwą realizacją postanowień kontraktu.

W przypadku reklamacji towarowych, nabywca winien reklamowany towar przechować na koszt sprzedającego, przy zachowaniu należytej dbałości i odpowiedzialności za jego stan, do czasu podjęcia przez niego odpowiednich decyzji.

Ogół reklamacji, zastrzeżeń i nieporozumień odnośnie interpretacji spisanych w kontrakcie postanowień, może być rozstrzygany w następujących formach:

- polubowanie, drogą bezpośredniego porozumienia osiągniętego między partnerami umowy,
- w formie zwrócenia się o orzeczenie sporu drogą postępowania przed sądem powszechnym,
- przez zwrócenie się do arbitrażu.

Rozstrzyganie sporów drogą polubownego porozumienia stron jest z reguły przewlekłe, często wymaga dodatkowego angażowania rozjemcy uznanego przez obie strony. Podobnie i postępowanie przed sądami powszechnymi jest niewygodne, jako bardzo sformalizowane, a przed swoją wieloinstancyjność długotrwałe i drogie. Najczęściej w kontrakcie określa się, że rozstrzyganie wynikłych sporów będzie powierzone określonej sądowi arbitrażowemu. Następuje to przez wstawienie klauzuli arbitrażowej do postanowień prawnych kontraktu. Zostaje w niej z góry określony sąd arbitrażowy, do którego strony zwrócą się w przypadku sporu.

Sąd arbitrażowy jest instytucją prawną, autoryzowaną przez państwo i nadzorowaną. Jego orzeczenia są zgłaszane do sądów powszechnych, gdzie zatwierdza się ich zgodność z obowiązującym prawem państwowym, rejestruje i nadaje klauzulę wykonalności (tzw. tytuł wykonawczy). W określonych przypadkach, na skutek skargi jednej ze stron, sąd powszechny może uchylić wyrok sądu arbitrażowego.

Wykonalność postanowień sądów arbitrażowych w międzynarodowych stosunkach gospodarczych oparta jest na porozumieniach międzynarodowych, które:

- uznały ważność umów kontrahentów o arbitraż,
- potwierdziły skuteczność i wykonalność zagranicznych orzeczeń arbitrażowych,
- określiły organizację sądów arbitrażowych, tryb postępowania i rozstrzygania sporów przez sądy arbitrażowe.

Polska jest uczestnikiem następujących porozumień międzynarodowych dotyczących arbitrażu:

- konwencji o uznaniu i wykonaniu zagranicznych orzeczeń arbitrażowych, sporządzonej w Nowym Jorku w dniu 10.06.1958 r. przyjętej przez PRL od 1962 r. (Dz. U. nr 9/1962, poz. 41 i 42, oraz Dz. U. nr 6/1976, poz. 35),
- konwencji europejskiej o międzynarodowym arbitrażu handlowym, sporządzonej w Genewie w dniu 21.4.1961 r. obowiązującej w PRL od 1964 r. (Dz. U. nr 40/1964, poz. 270),
- konwencji o rozstrzyganiu w drodze arbitrażu sporów cywilnych wynikających ze stosunków współpracy gospodarczej i naukowo-technicznej, podpisanej w Moskwie w dniu 26.5.1972 r. i obowiązującej w PRL od 1974 r. (Dz. U. nr 7/1974, poz. 37) obligatoryjnie w stosunkach z państwami członkowskimi RWPG.

Sąd arbitrażowy może też być zorganizowany „ad hoc”, tj. doraźnie według potrzeby, w oparciu o zasady arbitrażowe:

- Międzynarodowej Izby Handlowej w Paryżu,
- Europejskiej Komisji Gospodarczej ONZ,
- Kolegium Arbitrów przy Polskiej Izbie Handlu Zagranicznego,
- ustalone przez inne organizacje zajmujące się arbitrażem.

W Polsce istnieją następujące sądy arbitrażowe:

- Kolegium Arbitrów przy Polskiej Izbie Handlu Zagranicznego w Warszawie,
- Międzynarodowy Sąd Arbitrażowy dla spraw żeglugi morskiej i śródlądowej w Gdyni,
- Izba Arbitrażowa Bawełny w Gdyni,
- Izba Arbitrażowa Wełny w Gdyni.

Kolegium Arbitrów przy PIHZ jest samodzielną jednostką powołaną do niezawisłego i bezstronnego rozstrzygania polubownego sporów wynikających z umów sprzedaży lub dostawy, transportu, spedycji, składowania i ubezpieczenia towarów oraz wszelkich innych czynności handlowych i usługowych między stronami, z których jedna ma siedzibę poza granicami PRL. Swoje czynności arbitrażowe podejmuje wówczas, gdy właściwość Kolegium dla danego sporu wynika z wiążącej strony porozumienia międzynarodowego lub z pisemnego porozumienia stron.

Podobne sądy arbitrażowe – działające przy izbach handlu zagranicznego – mają wszystkie państwa członkowskie RWPG.

W krajach kapitalistycznych istnieje również wiele sądów arbitrażowych zarówno o charakterze ogólnym, jak i sądy wyspecjalizowane. Wśród nich największe znaczenie międzynarodowe posiadają:

- Sąd Arbitrażowy Międzynarodowej Izby Handlowej w Paryżu (Cour d'Arbitrage de la Chambre de Commerce International), powołany w 1919 r.,

Sąd Arbitrażowy w Londynie (London Court of Arbitration), założony w 1982 r., sądy arbitrażowe Amerykańskiego Zrzeszenia Arbitrażowego (American Arbitration Association, A. A. A.), z których głównym jest Trybunał Arbitrażu Handlowego (Commercial Arbitration Tribunal) w Nowym Jorku.

Krajowe organizacje arbitrażowe są zrzeszone w Międzynarodowej Radzie d/s Arbitrażu Handlowego, która m. in.:

- publikuje międzynarodowy rocznik arbitrażowy,
- pełni funkcję eksperta w zakresie międzynarodowej regulacji arbitrażu dokonywanej przez Komisję Międzynarodowego Prawa Handlowego ONZ,
- organizuje konferencje i sympozja nt. arbitrażu handlowego.

Przyjęta w polskim handlu zagranicznym zasadą jest, że spory podlegają rozpoznaniu przez ten sąd arbitrażowy, na terytorium którego ma siedzibę pozwany. Zasada ta potwierdzona została też postanowieniami OWD RWPG 1968 r. Z tego względu zamieszczanie w kontraktach negocjowanych z partnerami z państw socjalistycznych klauzuli arbitrażowej staje się zbędnym, przy powołaniu się na obowiązek przestrzegania przez strony postanowień OWD RWPG. Natomiast w kontraktach negocjowanych z kontrahentami z państw kapitalistycznych z reguły zamieszcza się klauzulę arbitrażową, przy czym dąży się do zastrzegania rozstrzygnięcia ewentualnych sporów przed Kolegium Arbitrażowym przy PIHZ chyba, że strony umówiły się odmiennie.

Strony występujące przed sądem arbitrażowym w zasadzie dobrowolnie wykonują orzeczenia sądu, ponieważ zależy im na dobrej opinii w stosunkach handlowych. W przypadku niewykonania orzeczenia, na wniosek strony przeciwnej, fakt ten może być ogłoszony do wiadomości publicznej różnym zainteresowanym instytucjom w kraju i zagranicą.

Literatura zalecana do rozdziału 6

- T. T. Kaczmarek, Likwidacja kontraktu. Załatwianie reklamacji i rozstrzyganie spraw spornych, PIHZ, Warszawa 1983,
D. Marciniak-Neider, Wexle i czeke w polskim handlu zagranicznym, PIHZ, Warszawa 1985,
J. Pawłowski, R. Sroka, Prawidłowa realizacja inkasa i akredytywy dokumentowej, PIHZ, Warszawa 1987,
S. Szczypiorski, Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 1980.



BIBLIOTEKA GŁÓWNA
AKADEMII EKONOMICZNEJ

OZNAN

M 197952 952



001-197952-00-0

ISSN 0239-6734