

ТЕМА 4 ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ, УКЛАДАННЯ ТА ВИКОНАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ

Мета: визначити сутність і особливості міжнародної контрактної діяльності, механізм вибору міжнародного ринку і контрагента угоди, розкрити особливості здійснення ділових переговорів у міжнародній діяльності.

Основні поняття: контракт купівлі-продажу, тверда оферта, вільна оферта, міжнародний ринок, валютні обмеження, митні платежі.

План

1. Специфіка міжнародної контрактної діяльності.
2. Особливості вибору міжнародного ринку і контрагента угоди.
3. Особливості здійснення ділових переговорів у міжнародній діяльності.

1. Специфіка міжнародної контрактної діяльності.

Укладання і виконання контракту з іноземним контрагентом є підсумковим результатом міжнародної операції.

Контракт купівлі-продажу являє собою комерційний документ, що оформлює міжнародну операцію, в якому міститься письмова домовленість сторін про постачання товару.

Регулювання укладання договору купівлі-продажу і тих прав і обов'язків продавця і покупця, що виникають з такого договору, уніфіковане в Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів.

Якщо одна із сторін контракту знаходиться в країні, яка не приєдналася до Конвенції, то Конвенція не буде застосована до такої угоди.

У контракті купівлі-продажу неодмінною умовою є перехід права власності на товар від продавця до покупця.

У цьому полягає основна відмінність договору купівлі-продажу від інших видів договорів – орендного, ліцензійного, страхування та інших, де не міститься умова про перехід права власності на товар, а предметом договору є або право користування товаром, або надання послуг.

Перші контракти з'явилися наприкінці XIX ст. в Англії.

У даний час типові контракти виступають у трьох формах.

Перша форма припускає виклад статей контракту машинописним способом. Проти тих статей, що мають потреби в додатковому узгодженні, ставляться крапки або ризики. Після їхнього обговорення досить вставити в текст результати угоди і контракт готовий до підписання.

Друга форма передбачає такий варіант: усі погоджені статті надруковані на зворотній стороні контракту, а непогоджені – на лицьовій.

Третя форма припускає віднесення всіх погоджених статей контракту до попередньо обговорених загальних умов постачань. У такому випадку залишається обговорити неузгоджені статті.

Типові контракти розробляють в основному великі експортери даного виду продукції. Для цього необхідно, щоб експортер контролював велику частину світового ринку даного товару.

Створенням типових контрактів займаються торговельні палати, асоціації, федерації експортерів, біржі (зі своїм товаром).

2. Особливості вибору міжнародного ринку і контрагента угоди.

Підготовка до укладання контрактів включає три етапи:

- вибір ринку і його вивчення;
- вибір контрагента;
- проведення попередніх переговорів і укладання контракту.

1. Вибір ринку і його вивчення.

Ця робота проводиться відповідно до програми маркетингу, в якій особливе місце належить вивченню найважливіших факторів.

Найважливіші фактори:

- політичні відносини з країною-контрагентом;
- місткість товарного ринку. Тут варто вивчити потенційні можливості споживачів;
- кон'юнктуру товарних ринків, що дозволяє перевірити правильність прийнятого рішення щодо місткості ринку, умов продажу і закупівель, методів здійснення зовнішньоторговельних операцій, часу виходу на ринок і місце;
- торгово-політичні умови. Тут варто з'ясувати розмір митних пошлин, що розрізняються по країнах.

Крім тарифу вивчають:

- обмеження, які встановлені державою на визначений час щодо кількості імпортованого товару в натуральному чи вартісному вираженні;
- ліцензійну систему і порядок одержання ліцензій;
- валютні обмеження, прийняті в даній країні;
- умови торгових договорів даної країни з іншою країною-контрагентом; санітарно-гігієнічні правила, що належать до адміністративного протекціонізму.

При розгляді питань транспортування вантажів для учасників зовнішньоторговельної операції необхідно встановити наступне:

- які базисні умови постачання товару і як відповідно до них розподіляються обов'язки продавця і покупця із забезпечення доставки товару;
- як здійснюється зворотний зв'язок між продавцем і покупцем при доставці товару;
- яким видом транспорту буде доставлятися товар, які документи оформлюють у договорі перевезення.

При плануванні відправлення вантажу і виборі виду транспорту слід проаналізувати наступні фактори: вид вантажу, відстань і маршрут перевезення.

Важливо ознайомитися з формами розрахунків, що використовуються в імпортній торгівлі. Для цього треба визначити доцільність надання кредиту, його форми, вартість, терміни.

Необхідно також знати про кредитоспроможність потенційних контрагентів. Велике значення має вивчення законоположень щодо здійснення торгових операцій, у тому числі страхування і торгове судочинство, закони, що регулюють правове положення і діяльність іноземних фірм, охорону промислової власності, арбітраж та ін.

У різних країнах склалися різні вимоги щодо номенклатури, асортименту товарів, їхньої якості. Це пояснюється географічними, кліматичними умовами, традиціями, смаком. *Наприклад*, при експорті автомашин – рух (правобічне чи лівостороннє). Англійський споживач віддає перевагу вершковій олії жовтого кольору, український і американський – білого кольору. Усі ці особливості треба враховувати при складанні контракту.

2. Вибір контрагента.

Якщо ринок обраний, то необхідно визначитися з контрагентом. Практика показує, що 85% контрактів підписують фірми, 15% – міністерства, відомства і об'єднання підприємців. Особливу увагу слід звернути на юридичний статус фірми для того, щоб знати, хто буде оплачувати борги, кому представляється право укладання угод, які межі повноважень (може бути, що контракт підписаний, а фірма ніякої відповідальності за нього не несе).

Слід мати на увазі, що кожна фірма в обов'язковому порядку реєструється в торговому реєстрі. Це робиться для збору державою відповідних податків. Крім цього, власник одержує виключне право на фірму і її найменування.

Після вибору фірми складається довідка, в яку заносяться такі дані:

- адреса фірми, телефон, телекс;
- вид діяльності;
- список керівних осіб;
- коротка історія;
- список дочірніх компаній, філій;
- баланси фірми;
- останні операції;
- висновок-оцінка комерційної репутації.

Усю цю інформацію можна одержати зі спеціальних довідників.

Після вибору фірми починається проведення переговорів.

3. Основними способами ведення переговорів є: переписка, особисті зустрічі, використання технічних засобів.

Слід зазначити, що технічні засоби для ведення переговорів використовуються рідко. До них вдаються у тих випадках, коли країни, де знаходяться контрагенти, розташовані далеко одна від одної, або у випадку, коли фірми підтримують довгострокові контакти і добре знайомі. Технічні

засоби доцільно використовувати, коли необхідно повторити замовлення за раніше погодженим контрактом.

Переговори шляхом переписування. Письмова заява продавця про бажання укласти договір закупівлі-продажу називається офертою.

Оферта містить всі умови майбутньої угоди: найменування товару, кількість, якість, ціна, умови постачання, термін постачання, умови платежу, характер тари й упакування, порядок приймання-здачі, загальні умови постачання.

Правила укладання угоди за допомогою оферт регулюються Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу, прийнятої в 1980 році.

У міжнародній торговій практиці розрізняють два види оферт: тверда і вільна.

Тверда оферта – це пропозиція на продаж визначеного товару, послана продавцем (оферентом) одному можливому покупцю з вказівкою терміну дії оферти, тобто часу, протягом якого оферент вважає себе зв'язаним умовами, перерахованими в оферті.

Якщо покупець згодний з усіма умовами оферти, він посилає оференту підтвердження акцепту оферти, тобто прийняття всіх її умов.

Якщо покупець не згодний з одним чи декількома умовами оферти, він посилає продавцю відповідь на пропозицію (контроферту) з вказівкою своїх умов і терміну для відповіді.

Якщо продавець згодний з усіма умовами контроферти, він її акцептує, про що в письмовому вигляді повідомляє покупця.

Вільна оферта не містить вказівки на термін її дії і, отже, не зобов'язує продавця дотримувати умов, що містяться в оферті, протягом якогось періоду. Згода покупця з умовами оферти підтверджується твердою контрофертою, де викладаються його умови.

Якщо продавець акцептує контроферту і письмово повідомить про це покупця, угода вважається укладеною, і сторони зобов'язані виконувати всі умови, викладені в контроферті. Поки договір не містить вказівки на термін її дії і, отже, не укладений, пропозиція може бути відкликано продавцем, якщо в оферті не зазначено, що вона безвідклична, до того часу, поки покупець не послав підтвердження про акцепт.

Якщо підтвердження акценту направлене із запізненням, то акцент може зберігати свою силу, якщо це влаштовує продавця, і він письмово сповіщає про це покупця.

Переговори шляхом особистих зустрічей. На світовому ринку склалися певні правила, звичаї і традиції проведення комерційних переговорів. Більшість контрактів укладаються завдяки особистим зустрічам.

Склалася і практика таких зустрічей. Переговори проходять у місці розташування менш зацікавленої фірми – у службовому приміщенні.

Приймаюча фірма складає план проведення переговорів, у якому передбачаються такі положення:

- дата, місце, час, регламент переговорів;

- склад учасників з боку приймаючої фірми;
- обговорення тих питань, щодо яких угода буде досягнута без ускладнень;
 - альтернативи на випадки контрпропозицій партнера (щодо цін, термінів постачань, умов оплати і т. д.);
 - визначення осіб, які зустрічають, проводжають учасників переговорів, виконують протокольні функції;
 - визначення осіб, які готують довідково-інформаційний матеріал, копії контрактів і т. п.;
- культурна програма, у т. ч. харчування запрошеної сторони.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Дайте визначення поняттю «контракт купівлі-продажу».
2. Назвіть три форми в яких виступають типові контракти.
3. Назвіть три етапи які включає підготовка до укладання контрактів.
4. Особливості твердої та вільної оферт в міжнародній торговій практиці.
5. Які положення передбачає план проведення міжнародних переговорів?