

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕКА**
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

ЛЮДМИЛА ШВОРАК

**КОНТРАКТИ
В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ**

Електронний конспект лекцій з курсу

КИЇВ 2025

Шворак Л.О. Контракти в зовнішньоекономічній діяльності: електронний конспект лекцій з курсу. – К., 2025. – 153с.

У виданні розглянуті загальні особливості ЗЕД контракту, поняття, види, принципи і суб'єкти ЗЕД, форма контракту зовнішньоекономічної діяльності, основні види контрактів зовнішньоекономічної діяльності, процедура підготовки зовнішньоекономічного контракту, основні умови ризики що мають узгоджуватись в переговорах перед укладанням зовнішньоекономічного контракту, основні етапи, принципи, техніки, моделі та інструменти переговорів, що передують укладенню контракту зовнішньоекономічної діяльності, істотні умови контракту міжнародної купівлі-продажу та механізм типових (модельних) контрактів.

Електронний конспект лекцій розроблено для студентів, що вивчають дисципліну «Контракти в зовнішньоекономічній діяльності». Крім того видання може бути цікавим студентам економічних спеціальностей закладів вищої освіти, аспірантам, викладачам та всім хто досліджує питання контрактів ЗЕД.

Електронний конспект лекцій подано у авторській редакції.

ЗМІСТ

ТЕМА 1. ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ	4
1.1. Поняття, види, принципи і суб'єкти ЗЕД	4
1.2. Форма контракту зовнішньоекономічної діяльності	10
1.3. Вибір права, що застосовується до зовнішньоекономічного договору	17
1.4. Основні види контрактів зовнішньоекономічної діяльності	20
1.5. Смарт контракти	26
ТЕМА 2. ПРОЦЕДУРА ПІДГОТОВКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ	31
2.1. Збір інформації та пошук партнерів	31
2.2. Основні умови та ризики що мають узгоджуватись в переговорах перед укладанням зовнішньоекономічного контракту	34
2.3. Переговори що передують укладенню контракту зовнішньоекономічної діяльності: основні етапи, принципи, техніки, моделі та інструменти	40
2.4. Національні стилі ведення переговорів та крос-культурний контекст	54
2.5. Порядок укладання зовнішньоекономічних договорів	59
ТЕМА 3. ІСТОТНІ УМОВИ КОНТРАКТУ МІЖНАРОДНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ	72
3.1. Преамбула та предмет зовнішньоекономічного договору	72
3.2. Умова кількості в ЗЕД-контракті	74
3.3. Умова якості в зовнішньоекономічному договорі	77
3.4. Умова ціни та загальної суми контракту	89
3.5. Умови поставки в зовнішньоекономічному контракті	100
3.6. Умови платежу в контракті ЗЕД	112
3.7. Умови приймання-передачі товару (робіт, послуг)	121
3.8. Упаковка та маркування.	123
3.9. Строк і дата поставки в контракті ЗЕД	130
3.10 Форс-мажор	132
ТЕМА 4. ТИПОВІ (МОДЕЛЬНІ) КОНТРАКТИ	136
4.1. Типові (модельні) контракти МТП	136
4.2. Типові контракти МТЦ	145
4.3. Модельні контракти FIDIC	146
4.4. Типові контракти Orgalime	151

ТЕМА 1. ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ

Зовнішньоекономічний контракт – основний документ, що регулює взаємовідносини між учасниками міжнародної торгівлі. Він встановлює права та обов'язки сторін, визначає умови постачання, оплати, відповідальності та інші ключові аспекти угоди. Такий контракт відіграє важливу роль у зниженні ризиків і вирішенні можливих суперечок між партнерами. В умовах глобалізації та активного розвитку міжнародних ринків належне оформлення ЗЕД-контракту є запорукою ефективної співпраці між компаніями з різних країн.

Зовнішньоекономічні договори (контракти) є ключовими правовими документами, що регулюють міжнародні торговельні відносини. Вони визначають права, обов'язки та відповідальність сторін у процесі експорту, імпорту товарів, надання послуг, передачі технологій та здійснення інших видів зовнішньоекономічної діяльності.

1.1. Поняття, види, принципи і суб'єкти ЗЕД

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» встановлює, що *зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД)* - діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами¹.

В цьому ж законі (ст. 3 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність») також визначені суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, серед яких:

- *фізичні особи* - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України;

¹ 1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991, № 29 : станом на 17.01.2019.

- **юридичні особи**, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

- **об'єднання** фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;

- **філії та представництва юридичної особи**, утвореної відповідно до законодавства іноземної держави;

- **спільні підприємства** за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України;

- **інші суб'єкти** господарської діяльності, передбачені законами України.

Крім того, відповідно до норм закону суб'єктом ЗЕД є **Україна в особі її органів**, місцеві органи влади і управління в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, а також інші держави, які беруть участь у господарській діяльності на території України, діють як юридичні особи.

Практично суб'єкти ЗЕД можна також розподілити на певні категорії:

Юридичні особи	- малі, середні та великі приватні підприємства , що ведуть міжнародну торгівлю, інвестують за кордон або залучають іноземні інвестиції (наприклад: експортери сільськогосподарської продукції, ІТ-компанії,
----------------	---

виробники товарів);

- **державні підприємства** що займаються міжнародною економічною діяльністю (наприклад: «Нафтогаз України» (імпорт та експорт енергоносіїв), державні банки, підприємства оборонного комплексу, тощо);
- **спільні підприємства** створені на основі співпраці українських та іноземних компаній;
- **БНП та їх представництва;**
- **банки та фінансові установи**, що здійснюють міжнародні розрахунки, кредитування, валютні операції;
- **торгові палати, асоціації та об'єднання підприємств**, які підтримують компанії у виході на зовнішні ринки, допомагають у вирішенні торговельних спорів, просувають експорт (наприклад: Торгово-промислова палата України);

Фізичні особи

- **фізичні особи – підприємці (ФОП);**
- **громадяни, що займаються зовнішньоторговельною діяльністю** (можуть здійснювати разові операції з імпорту або експорту товарів для особистого користування);
- **фізичні особи – інвестори;**
- **самозайняті особи та фрілансери** (виконують роботу або надають послуги іноземним компаніям та отримують оплату через міжнародні платіжні системи).

Держава і державні

- **Міністерства** (наприклад, Міністерство

органи що беруть
участь у ЗЕД

економіки України, Міністерство закордонних
справ України, тощо);

- **Національний банк України** (регулює валютні операції, міжнародні платежі та фінансовий моніторинг, видає ліцензії на вивезення капіталу за кордон);
- **Митні органи** (Державна митна служба України: контролює імпорт і експорт товарів, здійснює митне оформлення та стягує мита й податки, тощо);
- **Податкові органи** (Державна податкова служба України: контролює сплату податків у сфері ЗЕД, регулює податкові пільги для експортерів, тощо);
- **Державна служба експортного контролю України**
- **Український експортно-кредитний агент (ЕКА)**
- **інші**
- **Компанії, зареєстровані в інших країнах**, що співпрацюють із вітчизняними підприємствами
- **Міжнародні організації** (наприклад, Світова організація торгівлі, Європейський банк реконструкції та розвитку)

Іноземні суб'єкти ЗЕД

Ст. 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» також надає перелік **видів зовнішньоекономічної діяльності** до яких відносяться:

- ✓ експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- ✓ надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі:

виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання вищезазначених послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України;

- ✓ наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- ✓ міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- ✓ кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених законами України;
- ✓ спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;
- ✓ підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів

господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України;

- ✓ організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібної торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;
- ✓ товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- ✓ орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- ✓ операції по придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, регульованих грошових ринках та на міжбанківському валютному ринку;
- ✓ роботи на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; роботи іноземних фізичних осіб на контрактній оплатній основі з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами;
- ✓ інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України².

Існує велика кількість варіантів взаємодії суб'єктів ЗЕД. Втім узагальнено можна розглянути найбільш розповсюджені випадки актуальні для українських компаній.

1. Взаємодія між компанією зареєстрованою в Україні та компанією зареєстрованою в іншій країні на території України.

² Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991, № 29 : станом на 19.06.2020.

2. Взаємодія між українською компанією та іноземною компанією, що знаходиться в іншій країні.
3. Взаємодія між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України з іноземними компаніями, що знаходяться у своїй країні.
4. Розвиток господарських зв'язків між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України та їх зарубіжними партнерами, на території третьої країни.

Всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право самостійно укладати міжнародні контракти, вільно вибирати партнерів і ринки збуту, отримувати валютну виручку та здійснювати валютні операції, а також захищати свої права через міжнародні суди та арбітраж. В той же час суб'єкти ЗЕД зобов'язані дотримуватися національного та міжнародного законодавства, своєчасно сплачувати податки та митні збори, виконувати зобов'язання за міжнародними контрактами та дотримуватися експортного контролю, митного законодавства та санкційних обмежень.

1.2. Форма контракту зовнішньоекономічної діяльності

Зовнішньоекономічний договір (контракт) - домовленість двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності³. Відповідно до ст. 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»:

- суб'єкти, які є сторонами зовнішньоекономічного договору (контракту), мають бути здатними до укладання договору (контракту);
- зовнішньоекономічний договір (контракт) складається відповідно до норм законів України та з урахуванням міжнародних договорів України;
- суб'єкти ЗЕД мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації, правила міжнародних органів та організацій, якщо це не

³ Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991, № 29 : станом на 17.01.2019.

заборонено прямо та у виключній формі цим та іншими законами України.

Відповідно до ст. 626 Цивільного кодексу України **договором** є домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків. Договір є одностороннім, якщо одна сторона бере на себе обов'язок перед другою стороною вчинити певні дії або утриматися від них, а друга сторона наділяється лише правом вимоги, без виникнення зустрічного обов'язку щодо першої сторони. Договір є двостороннім, якщо правами та обов'язками наділені обидві сторони договору. До договорів, що укладаються більш як двома сторонами (багатосторонні договори), застосовуються загальні положення про договір, якщо це не суперечить багатосторонньому характеру цих договорів. Договір є відплатним, якщо інше не встановлено договором, законом або не впливає із суті договору⁴.

Цей нормативно-правовий акт також встановлює, що сторони є вільними в укладенні договору, виборі контрагента та визначенні умов договору з урахуванням вимог цього Кодексу, інших актів цивільного законодавства, звичаїв ділового обороту, вимог розумності та справедливості (ст. 627). А також Зміст договору становлять умови (пункти), визначені на розсуд сторін і погоджені ними, та умови, які є обов'язковими відповідно до актів цивільного законодавства (ст. 628).

Повноваження представника на укладення зовнішньоекономічного договору (контракту) може впливати (ст. 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»):

- з доручення (довіреності),
- установчих документів,
- договорів
- та інших підстав, які не суперечать цьому Закону.

⁴Цивільний кодекс України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15?find=1&text=626#Text>

У випадку підписання договору особою, яка не мала необхідного обсягу повноважень на це, такий договір може бути оспорений та визнаний в судовому порядку недійсним з моменту його укладення та таким, що не створює жодних правових наслідків, окрім тих, що пов'язані з його недійсністю. У разі визнання договору недійсним кожна із сторін зобов'язана повернути другій стороні у натурі все, що вона одержала на виконання цього договору, а в разі неможливості такого повернення — відшкодувати вартість того, що одержано.

Переконалися в наявності прав на підписання договору можна шляхом аналізу правовстановлюючих та установчих документів. Зазвичай для перевірки повноважень сторони договору звертають увагу на:

- довіреність,
- договір про надання правової допомоги,
- статут,
- протокол загальних зборів учасників або акціонерів товариства,
- наказ про призначення на посаду,
- витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань,
- а також паспорт.

З 2001 року в Україні діяло Положення, яке визначало форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів) та було затверджене Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 6 вересня 2001 року №201. Це положення передбачало існування обов'язкових та додаткових умов контракту зовнішньоекономічної діяльності.

До обов'язкових умов відносились: Назва, номер договору (контракту), дата та місце його укладення, преамбула, предмет договору (контракту), кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг), базисні умови поставки товарів (приймання-здавання виконаних робіт або послуг), ціна та загальна вартість договору (контракту), умови платежів, умови приймання-передачі товару (робіт, послуг), упаковка та маркування, форс-мажорні

обставини, санкції та рекламації, урегулювання спорів у судовому порядку, місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін.

Наказ також містив **додаткові умови** контракту ЗЕД, які могли використовуватись за домовленістю сторін. Серед них:

- страхування,
- гарантії якості,
- умови залучення субвиконавців договору (контракту),
- визначення норм навантаження (розвантаження),
- умови передачі технічної документації на товар,
- збереження торгових марок,
- порядок сплати податків, митних зборів,
- різного роду захисні застереження,
- з якого моменту договір (контракт) починає діяти,
- кількість підписаних примірників договору (контракту),
- можливість та порядок унесення змін до договору (контракту) та ін⁵.

Наразі це Положення **втратило чинність** (Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 06.07.2020 р. №1275). І практично в українському законодавстві немає чітко встановленої вимоги до конкретного переліку статей зовнішньоекономічного контракту.

ЗЕД контракт є **вольовою дією його сторін**, що характеризує внутрішнє суб'єктивне бажання цих сторін досягти певних цивільно-правових результатів (набути, змінити або припинити цивільні права та обов'язки відповідно до істотних умов ЗЕД). Втім варто також приймати до уваги що ЗЕД контракт є **основним документом для:**

- митного оформлення товарів,
- банківських операцій,
- податкового та бухгалтерського обліку,
- судового та арбітражного розгляду,

⁵ Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів) : НАКАЗ МІНІСТЕРСТВА ЕКОНОМІКИ ТА З ПИТАНЬ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ від 06.09.2001, № N 201.

- контролюючих органів.

Відповідно належним чином оформлений текст контракту зовнішньоекономічної діяльності мінімізує ризики та витрати, забезпечуючи чіткість домовленостей між сторонами та запобігаючи можливим суперечкам.

Зокрема, правильно складений контракт:

- запобігає фінансовим втратам, оскільки містить чіткі умови оплати, строки виконання зобов'язань і санкції за їх невиконання.
- захищає від форс-мажорних обставин, визначаючи порядок дій у разі непередбачених ситуацій, таких як зміни в законодавстві, природні катастрофи чи політичні ризики.
- гарантує відповідність міжнародним стандартам, адже контракт може включати посилання на Інкотермс, міжнародні комерційні арбітражі та інші нормативні документи.
- сприяє довгостроковій співпраці між контрагентами, забезпечуючи прозорість та довіру в ділових відносинах.
- полегшує взаємодію з державними органами, такими як митні та податкові служби, оскільки є офіційним підтвердженням легальності міжнародних угод.

ЗЕД-контракт є не лише формальним документом, а й стратегічним інструментом управління зовнішньоекономічною діяльністю, що дозволяє ефективно планувати бізнес-процеси, забезпечувати стабільність поставок і зменшувати можливі ризики. Отже не зважаючи на сучасну відсутність правових вимог щодо чіткої форми ЗЕД контракту, у контракті повинні бути визначені такі положення:

1. **Предмет договору** – чіткий опис товарів, робіт або послуг, що є об'єктом угоди, з характеристиками, специфікацією та кількістю.
2. **Ціна та умови оплати** – зазначення валюти розрахунків, порядку та строків платежів, можливих авансових платежів і штрафних санкцій у разі прострочення.

3. **Умови поставки** – використання термінів Інкотермс для визначення відповідальності за транспортування, страхування та митні процедури.
4. **Строки виконання контракту** – конкретні дати постачання товарів або надання послуг, а також можливі механізми продовження строків за необхідності.
5. **Якість та гарантії** – вимоги до якості продукції чи послуг, гарантійні зобов'язання, умови повернення або заміни дефектного товару.
6. **Форс-мажорні обставини** – перелік подій, що можуть перешкодити виконанню зобов'язань (війни, природні катастрофи, законодавчі зміни), та порядок дій у таких ситуаціях.
7. **Порядок вирішення спорів** – вибір юрисдикції, механізм досудового врегулювання суперечок або застосування міжнародного арбітражу.
8. **Відповідальність сторін** – штрафні санкції, пені, компенсації за невиконання або неналежне виконання контракту.
9. **Митне оформлення та податкові зобов'язання** – розподіл відповідальності за сплату митних зборів і податків у країнах експорту та імпорту.
10. **Порядок внесення змін та доповнень** – механізм узгодження та оформлення змін до контракту, що гарантує його гнучкість у разі необхідності.

Відповідно до законодавства України контракт зовнішньоекономічної діяльності має укладатись в **простій письмовій або електронній формі**. Україна стала учасницею Віденської конвенції із застереженням про те, що усна форма контракту є неприйнятною. У разі експорту послуг (крім транспортних) зовнішньоекономічний договір може укладатися шляхом прийняття публічної пропозиції про угоду або шляхом обміну електронними повідомленнями, або в інший спосіб, зокрема шляхом виставлення рахунка (інвойсу), у тому числі в електронному вигляді, за надані послуги.

Проста письмова форма зовнішньоекономічного контракту передбачає оформлення договору у вигляді письмового документа, який підписується

обом сторонами без обов'язкового нотаріального засвідчення. Така форма є достатньою для більшості міжнародних комерційних угод, якщо інше не передбачено законодавством або домовленостями сторін.

Сучасні технології та розвиток цифрового документообігу дозволяють укладати зовнішньоекономічні договори (ЗЕД-контракти) в електронній формі. Це спрощує процедуру оформлення угод, зменшує адміністративні витрати та прискорює процес укладення контракту між контрагентами з різних країн. ***Існує декілька способів укладення ЗЕД-контракту в електронній формі:***

1. шляхом прийняття публічної пропозиції про угоду (оферти). У такому разі одна сторона (оферент) розміщує публічну оферту на вебсайті або в іншому місці, доступному для загального відома, а друга сторона (акцептант) приймає цю оферту шляхом вчинення відповідних дій, наприклад, шляхом оплати товару або послуги;
2. через обмін електронними повідомленнями. У такому разі сторони ведуть переговори та узгоджують умови контракту шляхом обміну електронними листами, повідомленнями в месенджерах або іншими способами;
3. завдяки використанню електронно-цифрового підпису (ЕЦП). ЕЦП – це аналог власноручного підпису, що використовується для підтвердження дійсності електронного документа.

Для підписання договорів за допомогою електронного цифрового підпису (ЕЦП) можна використовувати такі сервіси:

1. Українські платформи:

- ✓ Документ.Онлайн: зручний сервіс для електронного підписання документів.
- ✓ Вчасно: платформа, яка підтримує різні типи електронних підписів, включаючи кваліфікований електронний підпис (КЕП).
- ✓ Дія: Державний сервіс, що підтримує електронні підписи та інші цифрові послуги.

- ✓ M.E.Doc: широко використовується для бухгалтерії та забезпечує електронне підписання документів.
- ✓ SignMyDoc: забезпечує безпеку даних під час підписання електронних документів.

2. Міжнародні платформи:

- ✓ Adobe Sign: інтеграція з іншими програмами Adobe, такими як Acrobat, та підтримка українських ЕЦП.
- ✓ DocuSign: підтримує українські ЕЦП та пропонує інтеграцію з іншими програмами для управління документами.
- ✓ Kofax SignDoc: забезпечує інтеграцію з системами документообігу та підтримує електронне підписання.

При використанні будь яких платформ електронного підпису за участю українських суб'єктів ЗЕД варто впевнитись у визнанні таких електронних підписів в Україні.

Сканована копія договору не є електронним документом, а лише його копією. Тому, якщо сторони не використовують ЕЦП, їм необхідно вжити інших заходів для забезпечення юридичної сили договору, наприклад: (1) завірити скановану копію договору печаткою (якщо сторони мають печатки); (2) підписати скановану копію договору власноручним підписом; (3) обмінятися оригіналами договору поштою.

Перед використання електронної форми ЗЕД контракту варто також перевірити чи визнається електронна форма контракту у країнах обох контрагентів. У деяких країнах електронні контракти можуть не мати повної юридичної сили. Країни можуть мати різні стандарти цифрових підписів, що ускладнює їх взаємне визнання. Крім того електронна форма контракту потребує використання надійних систем захисту.

1.3. Вибір права, що застосовується до зовнішньоекономічного договору

Вибір права, що застосовується до зовнішньоекономічного договору, є ключовим аспектом, який визначає, які правові норми регулюватимуть відносини між сторонами. Договори, що укладаються з іноземними контрагентами, регулюються нормами права певної країни. Право, що підлягає застосуванню до них, визначається за згодою сторін контракту. За відсутності у контракті умови про право, що підлягає застосуванню, сторони можуть погодити вибір права згодом.

До **основних принципів** вибору права зовнішньоекономічного договору відносяться наступні:

- ✓ Автономія волі сторін (сторони ЗЕД мають право самостійно обрати право, яке застосовуватиметься до їхнього договору, вибір права має бути явно виражений в договорі або впливати з його умов).

- ✓ Право, що має найбільш тісний зв'язок (якщо сторони не обрали право, застосовується право країни, з якою договір має найбільш тісний зв'язок. При визначенні найбільш тісного зв'язку враховуються такі фактори, як місце укладення договору, місце виконання договору, місце знаходження сторін тощо).

- ✓ Спеціальні правила для окремих видів договорів (для деяких видів ЗЕД встановлені спеціальні правила визначення застосовного права. Наприклад, для договорів купівлі-продажу товарів часто застосовується Віденська конвенція 1980 року).

В Україні питання вибору права зовнішньоекономічного договору регулюється Законом України «Про міжнародне приватне право» та іншими нормативно-правовими актами. Якщо домовленість щодо вибору права між сторонами зовнішньоекономічного договору не досягнута, компетентне право договору визначається на підставі колізійних норм, передбачених Законом України № 2709-IV «Про міжнародне приватне право».

Відповідно до ст. 43 цього Закону, сторони договору можуть обрати право, що застосовується до договору, крім випадків, коли вибір права прямо заборонено законами України. Вибір права має бути явно вираженим або прямо

впливати з дій сторін правочину, умов правочину чи обставин справи, які розглядаються в їх сукупності, якщо інше не передбачено законом.

У разі відсутності згоди сторін договору про вибір права, що підлягає застосуванню до цього договору, застосовується право, яке має найбільш тісний зв'язок із правочином. Якщо інше не передбачено або не впливає з умов, суті правочину або сукупності обставин справи, то правочин більш тісно пов'язаний з правом держави, у якій сторона, що повинна здійснити виконання, яке має вирішальне значення для змісту правочину, має своє місце проживання або місцезнаходження (ч. 1 ст. 44, ч. 2, 3 ст. 32 Закону «Про міжнародне приватне право»).

Стороною, що повинна здійснити виконання, яке має вирішальне значення для змісту договору, є:

- продавець - за договором купівлі-продажу;
- дарувальник - за договором дарування;
- одержувач ренти - за договором ренти;
- відчужувач - за договором довічного утримання (догляду)
- наймодавець - за договорами найму (оренди);
- позичкодавець - за договором позики;
- підрядник - за договором підряду;
- виконавець - за договорами про надання послуг;
- перевізник - за договором перевезення;
- експедитор - за договором транспортного експедирування;
- зберігач - за договором зберігання
- страховик - за договором страхування;
- повірений - за договором доручення;
- комісіонер - за договором комісії;
- управитель - за договором управління майном;
- позикодавець - за договором позики;
- кредитодавець - за кредитним договором;

- банк - за договором банківського вкладу (депозиту), за договором банківського рахунку;
- фактор - за договором факторингу;
- ліцензіар - за ліцензійним договором⁶.

В той же час правом, з яким договір найбільш тісно пов'язаний, вважається:

- щодо договору про нерухоме майно - право держави, у якій це майно знаходиться, а якщо таке майно підлягає реєстрації, - право держави, де здійснена реєстрація;
- щодо договорів про спільну діяльність або виконання робіт - право держави, у якій провадиться така діяльність або створюються передбачені договором результати;
- щодо договору, укладеного на аукціоні, за конкурсом або на біржі, - право держави, у якій проводяться аукціон, конкурс або знаходиться біржа.

До засновницького договору, що є установчим документом юридичної особи з іноземною участю, застосовується право держави, у якій буде створена юридична особа⁷.

1.4. Основні види контрактів зовнішньоекономічної діяльності

Основні види контрактів зовнішньоекономічної діяльності включають різноманітні угоди, що укладаються між підприємствами або організаціями з різних країн. Залежно від предмета угоди, умов та специфіки співпраці, ці контракти можуть мати різні форми.

Контракт міжнародної купівлі-продажу - один із найбільш поширених видів контрактів у зовнішньоекономічній діяльності, що регулює умови продажу товарів за кордон. Це договір поставки товару, погоджений і підписаний експортером та імпортером. Обов'язковою умовою такого контракту

⁶ Закон України «Про міжнародне приватне право»

⁷ https://biz.ligazakon.net/analytys/220754_zed--kontrakti-praktika-virshennya-sporv

є перехід права власності на товар від продавця до покупця. Цією умовою він відрізняється від усіх інших видів договорів. Такі контракти можуть бути разові, або передбачати періодичні поставки і бути коротко-, середньо- та довгостроковими.

Основні умови, які повинні бути включені в контракт міжнародної купівлі-продажу: предмет контракту, ціна товару, умови поставки, терміни поставки, умови розрахунків, права та обов'язки сторін, якість та відповідність товару, умови контролю за виконанням, способи вирішення спорів, форс-мажорні обставини, юрисдикція та право, тощо.

Контракт на надання послуг - угода, в якій одна сторона (виконавець) зобов'язується надати певні послуги іншій стороні (замовнику) за визначену винагороду та на певних умовах. Такий контракт часто використовується в зовнішньоекономічній діяльності для визначення прав та обов'язків сторін, а також для чіткого регулювання процесу надання послуг. Основні елементи контракту на надання послуг.

Основні умови, які повинні бути включені в контракт на надання послуг: предмет договору, ціна і умови оплати, термін надання послуг, обов'язки та права сторін, якість послуг, умови контролю та перевірки, відповідальність сторін, форс-мажор, конфіденційність, порядок вирішення спорів, інтелектуальна власність, термін дії контракту та його припинення, тощо.

Основні види контрактів на надання послуг:

- ✓ контракт на консалтинг;
- ✓ контракт на обслуговування;
- ✓ контракт на виконання робіт;
- ✓ контракт на перевезення;
- ✓ контракт на маркетингові послуги;
- ✓ контракт на розробку програмного забезпечення.

Ліцензійний контракт - угода між власником прав на інтелектуальну власність (ліцензіаром) та іншою стороною (ліцензіатом), яка надає право використовувати певні інтелектуальні права (наприклад, патенти, авторські

права, торгові марки) за визначених умов. Ліцензія може бути виключною або невиключною, і вона дозволяє ліцензіату здійснювати певні дії з інтелектуальним майном, яке належить ліцензіару.

Основні умови, які повинні бути включені в ліцензійний контракт: предмет контракту, територія ліцензії, термін дії контракту, види ліцензії, умови використання, оплата, права на поліпшення, умови захисту інтелектуальної власності, умови припинення контракту, конфіденційність. Види ліцензій, які можуть використовуватись в ліцензійному контракті:

- ✓ невиключна ліцензія
- ✓ виключна ліцензія
- ✓ субліцензія
- ✓ територіальні ліцензії.

Контракт на франчайзинг - , за якою власник бізнесу (франчайзер) надає право іншій стороні (франчайзі) вести бізнес під його брендом та з використанням його бізнес-моделі.

Основні умови, які повинні бути включені в контракт на франчайзинг: предмет контракту, територія франшизи, термін дії франшизи, види ліцензії, фінансові умови (початкові витрати (паушальний внесок), роялті (періодичні платежі), внески на маркетинг та рекламу, інші фінансові зобов'язання), обов'язки сторін, умови використання прав інтелектуальної власності, маркетинг і реклама, конфіденційність, передача франшизи, механізми розв'язання спорів.

Контракт на спільну діяльність (joint venture) - угода, за якою дві або більше сторін об'єднують свої ресурси для досягнення спільної мети. Цей тип контракту часто використовується для реалізації масштабних проєктів, таких як будівництво, видобуток корисних копалин, наукові дослідження тощо.

Основні умови, які повинні бути включені в контракт на спільну діяльність: сторони договору, предмет договору (чітке визначення мети спільної діяльності, опис проєкту, який планується реалізувати), вклади сторін (оцінка вартості вкладів), управління спільною діяльністю (визначення органів

управління, розподіл повноважень між сторонами, процедура прийняття рішень), розподіл прибутків і збитків (механізм обліку та звітності), відповідальність сторін, права інтелектуальної власності, конфіденційність, вихід з договору, розв'язання спорів.

Контракт на оренду або лізинг - угода, за якою одна сторона (орендодавець/лізингодавець) передає іншій стороні (орендарю/лізингоодержувачу) майно у тимчасове користування за певну плату. Основні відмінності між орендою та лізингом:

- ✓ орендодавець залишається власником майна протягом усього терміну дії договору в той час як лізингоодержувач має право викупити майно після закінчення терміну дії договору;
- ✓ оренда зазвичай має коротший термін дії, ніж лізинг;
- ✓ орендодавець, як правило, несе відповідальність за обслуговування та ремонт майна в той час як лізингодавець таку відповідальність має;
- ✓ орендні платежі зазвичай є меншими, ніж лізингові платежі;
- ✓ лізинг часто використовується як інструмент фінансування, оскільки дозволяє розподілити витрати на тривалий період.

Основні умови, які повинні бути включені в контракт на оренду або лізинг: сторони договору, предмет договору, термін дії, розмір та порядок оплати, права та обов'язки сторін, умови використання майна (визначення цільового призначення майна, обмеження на використання майна), умови повернення майна (порядок повернення майна після закінчення терміну дії договору, стан майна на момент повернення), розв'язання спорів.

Агентський договір - це угода, за якою одна сторона (агент) зобов'язується за винагороду надавати послуги іншій стороні (принципалу) в певній сфері діяльності. Цей тип договору часто використовується для сприяння продажу товарів або послуг, пошуку клієнтів, представництва інтересів компанії тощо. Агент діє від імені та за рахунок принципала, отримує винагороду за свої

послуги, може мати право на ексклюзивне представництво принципала, може мати право на компенсацію у разі дострокового розірвання договору.

Основні умови, які повинні бути включені в агентський договір: сторони договору, предмет договору, права та обов'язки сторін, винагорода агента, територія діяльності, термін дії договору, конфіденційність, розв'язання спорів.

Контракт на інвестиції - угода між інвестором та отримувачем інвестицій, що регулює умови вкладення коштів або інших активів з метою отримання прибутку або досягнення інших фінансових цілей.

Основні умови, які повинні бути включені в інвестиційний договір: сторони договору, предмет договору (опис об'єкта інвестування, цілі і завдання інвестицій, форма інвестицій), умови інвестування (сума інвестицій, графік та етапи фінансування, умови використання інвестиційних коштів, порядок повернення інвестицій), права та обов'язки сторін (розподіл прибутку, умови виплати дивідендів, порядок повернення інвестицій, умови отримання долі в бізнесі), гарантії та відповідальність, форс мажор, конфіденційність, вирішення спорів, умови виходу з інвестицій (продаж частки іншому інвестору, викуп компанією, IPO (вихід на біржу), ліквідація компанії).

Контракт комісії - угода, за якою одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням іншої сторони (комітента) за винагороду вчинити одну або кілька угод від свого імені, але за рахунок комітента. Цей тип контракту часто використовується для продажу товарів або послуг, коли комітент не має можливості або бажання робити це самостійно. Комісіонер діє від свого імені, але за рахунок комітента, отримує винагороду за свої послуги, не несе відповідальності за платоспроможність третіх осіб, з якими він укладає угоди та залишається власником товарів до моменту їх продажу.

Основні умови, які повинні бути включені в контракт комісії: сторони договору, предмет договору (опис товарів або послуг, які є предметом комісії, цілі та завдання комісії, умови виконання комісійного доручення), права та обов'язки сторін (зокрема щодо звітності), винагорода комісіонера, термін дії договору, конфіденційність, вирішення спорів.

Контракти на управління (management contracts) - є засобом, за допомогою якого фірми можуть направити частину свого управлінського персоналу, надаючи підтримку фірмі в іншій країні, чи виконувати спеціалізовані управлінські функції протягом визначеного періоду за встановлену плату. Контракти на управління, як правило, укладаються на термін від трьох до п'яти років із фіксованою оплатою або оплатою, що залежить від обсягу виробництва, а не від прибутку. Управитель діє від свого імені, але в інтересах власника, отримує винагороду за свої послуги, несе відповідальність за належне управління майном або діяльністю. Власник зберігає право власності на майно, але передає управителю повноваження з його управління.

Основні аспекти, які повинні бути включені в контракт на управління: сторони договору, предмет договору (опис майна або діяльності, що передається в управління, цілі та завдання управління, обсяг повноважень управителя), права та обов'язки сторін, винагорода управителя, термін дії договору, конфіденційність, вирішення спорів.

Контракти «під ключ» (turnkey projects) – угода, за якою виконавець бере на себе повну відповідальність за виконання всіх етапів проєкту, від проєктування до введення об'єкта в експлуатацію, передаючи замовнику повністю готовий результат. Застосовується при будівництві промислових об'єктів, житлових комплексів, інфраструктурних об'єктів, монтажі технологічного обладнання. Виконавець в такому контракті зазвичай відповідає за всі аспекти проєкту, включаючи проєктування, закупівлю матеріалів, будівництво, монтаж обладнання та введення в експлуатацію, тощо. У контракті встановлюються вартість чіткі терміни виконання проєкту, що дозволяє замовнику планувати свої витрати та діяльність. Як результат замовник отримує повністю готовий до використання об'єкт, що відповідає його вимогам.

Основні аспекти, які повинні бути включені в контракт «під ключ»: предмет договору (опис об'єкта), технічне завдання (детальний опис вимог замовника до об'єкта), графік виконання робіт, кошторис (визначення вартості

проєкту), гарантійні зобов'язання, порядок здачі-приймання об'єкта, відповідальність сторін, умови оплати, форс-мажор, вирішення спорів.

1.5. Смарт контракти

Широкого застосування для автоматизації угод та оптимізації бізнес-процесів в останні роки набули смарт контракти. Вони дають змогу укладати, змінювати та розривати договори безпосередньо через комп'ютерні програми, усуваючи потребу в посередниках. **Смарт контракт** - цифровий контракт, який автоматично виконується за умови дотримання визначених параметрів. Вперше цей термін ввів у 1994 році вчений Нік Сабо, описуючи «високорозвинені практики» договірного права та бізнес-взаємодії для створення електронних торговельних протоколів між незнайомими сторонами в інтернеті.

Смарт-контракт є набором цифрових обов'язків, доповнених протоколами, які визначають, як сторони мають виконувати ці обов'язки. Технологія смарт-контрактів базується на блокчейні. Це фактично комп'ютерна програма, що зберігається в розподіленому реєстрі. Коли виконуються умови, вказані в контракті, він автоматично активується. Усі транзакції при цьому фіксуються в блокчейні, і їх неможливо змінити чи видалити. Механізм смарт контрактів забезпечує прозорий обмін активами (грошима, акціями, нерухомістю тощо), мінімізуючи конфлікти та витрати. Завдяки автоматизації та криптографічному захисту знижуються типові ризики традиційних угод, такі як шахрайство, людські помилки та втручання посередників. Для функціонування таких «цифрових контрактів» необхідне спеціалізоване середовище, яке надає потрібну інфраструктуру та інструменти для їх створення та виконання.

Смарт контракт складається з таких ключових елементів:

- ✓ Середовище для укладення угоди.
- ✓ Сторони смартконтракту.
- ✓ Активи, які є предметом договору і підлягають обміну.
- ✓ Умови, які сторони зобов'язуються виконати.

- ✓ Зовнішні джерела інформації («оракули»), які передають потрібні дані в блокчейн.

Елементи смарт контракту функціонують як єдиний механізм. Для створення угоди необхідно написати її код, який буде алгоритмом дій при виконанні зобов'язань. Після підписання сторонами договір зберігається в блокчейні та набуває чинності. Як предмет угоди можуть виступати будь-які активи в межах середовища.

Зазвичай сторонами угоди є два або більше учасників, кожен з яких має свій унікальний цифровий підпис. Це можуть бути як фізичні особи, так і організації. Для підписання кожна сторона використовує свій приватний ключ, що є аналогом електронного підпису. Щодо умов, вони детально вказуються в коді договору. Це можуть бути положення про терміни оплати, штрафи, форс-мажорні обставини тощо. Чим чіткіше прописана інформація, тим менша ймовірність виникнення непорозумінь між сторонами.

Крім основних елементів, важливу роль відіграють зовнішні джерела даних, які називаються оракулами. Вони надають смарт-контрактам інформацію з реального світу, наприклад, про ціни на товари, валютні курси, результати подій. Це необхідно для автоматичного виконання контракту в залежності від змін у зовнішніх умовах. Ще однією особливістю смарт-контрактів є використання умовного депонування (ескроу). Це означає, що активи не передаються одразу, а резервуються до виконання всіх умов угоди, що забезпечує безпеку для всіх учасників.

Смарт контракти мають низку переваг та недоліків порівняно зі звичайними угодами. **Серед переваг варто виділити:**

- ✓ **Прозорість.** Усі транзакції записуються в загальнодоступний блокчейн, тож кожен учасник у будь-який момент може перевірити статус виконання контракту. Це мінімізує ризики шахрайства, помилок і корупції.
- ✓ **Швидкість.** Традиційні договори потребують багато часу на узгодження, підписання, очікування платежів чи доставлення

товарів. У випадку зі смартконтрактами обмін цінностями відбувається миттєво, щойно виконуються задані умови.

- ✓ **Відсутність посередників, що здешевлює операції.** Головна перевага смартугод — усунення потреби в банках, брокерах, юристах. Він сам виконує роль довіреної сторони, гарантуючи виконання зобов'язань. Це дозволяє значно знизити транзакційні витрати.
- ✓ **Автоматизація примусового виконання зобов'язань.** Сторонам не потрібно самотійно контролювати дотримання умов, адже програма зробить це за них. Це дає змогу уникнути людської помилки та забезпечити неухильність виконання.

Отже, завдяки технології блокчейн, інформація про смарт-договори зберігається в незмінному вигляді, що гарантує її надійність. Підробити чи видалити такі дані після їх збереження неможливо. Крім того, використання криптографічного шифрування захищає смарт-угоду від несанкціонованого доступу та зломів.

Серед **недоліків** смарт-контрактів варто виділити **обмежену гнучкість умов**. На відміну від традиційних договорів, які можна змінювати за згодою сторін, умови смарт-контракту закріплені жорстко в коді. Після активації контракту змінити їх неможливо.

Інші потенційні недоліки смарт контрактів:

- ✓ Потенційні помилки в коді контракту, які складно виправити;
- ✓ Складність укладання контракту для користувачів без знань програмування;
- ✓ Відсутність законодавчого врегулювання в більшості країн;
- ✓ Неможливість скасувати транзакцію в разі помилки.

Незважаючи на ці недоліки, переваги смарт-контрактів роблять їх перспективним інструментом у багатьох сферах бізнесу.

Смарт-контракти застосовуються практично в будь-якій сфері, де важливі автоматизація, зменшення витрат і безпека угод. **Зокрема в сучасній практиці такі смарт контракти використовуються у:**

- ✓ **фінансовому секторі** (де смарт контракти дозволяють здійснювати операції з криптовалютами без необхідності в посередниках (банках, фінансових установах), використовуються для автоматичного надання позик, кредитування та обміну активів на децентралізованих платформах, використовуються в страхуванні (виплати можуть здійснюватися автоматично у разі виконання певних умов);
- ✓ **сфері нефунгованих токенів** (non-fungible tokens (NFTs)). Нефунговані токени, — це тип цифрових активів, які представляють унікальні об'єкти або права в цифровому просторі. На відміну від звичайних криптовалют нефунговані токени є унікальними і не взаємозамінними. Смарт-контракти використовуються для їх створення, купівлі та продажу.
- ✓ **сфері логістики та постачання** (смарт-контракти дозволяють автоматизувати відстеження товарів, підтвердження доставки та виконання умов угоди в ланцюгах постачання, що знижує ризик шахрайства та помилок);
- ✓ **галузі нерухомості** (смарт-контракти використовуються для автоматизації угод, таких як купівля-продаж або оренда, з забезпеченням прозорості і зменшенням витрат на посередників);
- ✓ **інтелектуальній власності і авторських правах** (смарт-контракти допомагають відслідковувати використання авторських прав, автоматично виплачувати роялті авторам або творцям контенту);
- ✓ **як юридичні та корпоративні угоди** (можуть автоматизувати виконання умов контрактів у корпоративному секторі, таких як поставки товарів чи виконання послуг, без участі третьої сторони);

- ✓ **сфері державних послуг** (можуть бути використані для організації державних послуг, таких як податки, пенсії, або навіть для проведення державних тендерів);
- ✓ **сфері IoT** (можуть взаємодіяти з пристроями IoT для автоматизації дій, таких як керування енергоспоживанням або обробка даних з датчиків).

В Україні смарт-контракти почали активно набирати популярності, особливо в останні роки, завдяки розвитку технологій блокчейн та інтересу до криптовалют. Впровадження блокчейн-технологій та смарт-контрактів почалося ще в 2016 році, коли державне агентство з питань електронного урядування анонсувало пілотний проєкт переведення державних реєстрів на блокчейн. Хоча деякі з цих проєктів були реалізовані не так швидко, як очікувалося, кілька з них все ж досягли успіху. Так, у вересні 2017 року була презентована система державних аукціонів «Сетам», що використовує блокчейн для продажу конфіскованого майна, а вже в жовтні того ж року запрацював Державний земельний кадастр, також на базі блокчейн-технології.

З точки зору законодавчого регулювання, важливим кроком стало прийняття Закону України «Про віртуальні активи» 17 лютого 2022 року, який визначає основи для регулювання смарт-контрактів та надає Міністерству цифрової трансформації повноваження щодо їх регулювання. Крім того, оновлений закон «Про платіжні послуги», прийнятий восени 2021 року, також включає смарт-контракти в категорію платіжних послуг.

Попри відсутність чіткого правового регулювання, смарт-контракт сьогодні в Україні фактично розглядається як договір за статтею 626 Цивільного кодексу України, оскільки він містить всі необхідні елементи: сторони, ціна, предмет тощо. Формально укладання «розумних угод» між підприємцями не суперечить чинному цивільному законодавству України, оскільки відповідає принципу свободи договору.

ТЕМА 2. ПРОЦЕДУРА ПІДГОТОВКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ

Процедура підготовки зовнішньоекономічного контракту є складним і багатоетапним процесом, який вимагає уважного ставлення до деталей. Вона включає в себе збір інформації, попередні переговори для узгодження умов контракту, що можуть відбуватись усно або письмово, розробку проєкту контракту, підготовку тексту контракту, підписання контракту і власне його виконання.

2.1 Збір інформації та пошук партнерів

Одним з ключовий етапів для успішного розвитку бізнесу на міжнародному ринку є пошук партнерів, з якими буде здійснюватися зовнішньоекономічна діяльність. Для побудови ефективної стратегії діяльності бізнесу на міжнародних ринках важливим є чітке визначення потреб та критеріїв пошуку партнерів. Після визначення останніх, є багато способів та ресурсів, які можуть бути корисними для пошуку партнерів. Зокрема мова йде про:

1. ***Участь у міжнародних виставках та конференціях***, яка дає можливість особисто познайомитися з потенційними партнерами та оцінити продукцію, дізнатися про останні тенденції ринку та налагодити ділові зв'язки. В Україні актуальною є низка проєктів Офісу з розвитку підприємництва та експорту, Торгово-промислової палати, Міністерства закордонних справ, а також проєктів міжнародної технічної допомоги в рамках яких організовують колективні експозиції українських виробників на міжнародних виставках за рахунок державного бюджету України або залучення донорського співфінансування. Колективна експозиція – це об'єднаний виставковий простір, де декілька компаній представляють свої товари або послуги під єдиним українським експортним брендом. Такий формат участі у виставці дозволяє підприємствам знизити фінансові витрати, оптимізувати рекламні зусилля та

уникнути організаційних складнощів, що сприяє успішному виходу на міжнародні ринки.

2. **Використання онлайн-платформ та баз даних**, які дозволяють знайти потенційних партнерів з усього світу. Серед міжнародних онлайн-платформ та баз даних, які можуть допомогти у пошуку партнерів для зовнішньоекономічної діяльності можна виокремити наступні:

- ✓ **Alibaba:** одна з найбільших у світі онлайн-платформ для оптової торгівлі що надає доступ до мільйонів постачальників з усього світу, особливо з Китаю;
- ✓ **Global Sources:** спеціалізується на пошуку виробників та постачальників електроніки, подарунків, товарів для дому та інших категорій. Платформа проводить виставки та надає онлайн-сервіси для зв'язку між покупцями та постачальниками;
- ✓ **Europages:** європейська B2B-платформа, що об'єднує компанії з понад 30 країн Європи;
- ✓ **Kompass:** дозволяє знаходити партнерів за галуззю, країною та іншими критеріями, надає інформацію про мільйони підприємств у всьому світі;
- ✓ **LinkedIn:** професійна соціальна мережа, яка дозволяє встановлювати ділові контакти та знаходити потенційних партнерів;
- ✓ **YC.Market:** аналітичний інструмент для дослідження ринку та пошуку нових потенційних клієнтів для b2b продажів. Надає послуги аналізу ринку, пошуку потенційних клієнтів, перевірки контрагентів та моніторингу конкурентів;
- ✓ **TL HUB:** український майданчик, що надає можливість розміщувати бізнес-оголошення та знаходити корисні контакти;
- ✓ **EU-Ukraine Solidarity Lanes Business Matchmaking Platform:** об'єднання зусиль суб'єктів підприємницької діяльності ЄС та України задля знаходження прагматичних рішень щодо експорту сільськогосподарської продукції з України;

- ✓ **Supply Chain Resilience:** платформа для оптимізації ланцюгів постачання між Україною та ЄС.

На національному рівні діє ***Каталог українських експортерів (е-каталог)***. Це безоплатний онлайн-сервіс, створений Офісом з розвитку підприємництва та експорту для налагодження прямих бізнес-контактів між іноземними компаніями та українськими виробниками товарів і послуг. Іноземні компанії насамперед використовують подібні сервіси для пошуку бізнес-партнерів у тій чи іншій країні, адже їх функціонування забезпечується державними установами з підтримки експорту. В Україні такою установою є Офіс з розвитку підприємництва та експорту. Каталог українських експортерів промотує команда Офісу при організації та проведенні різноманітних міжнародних торговельних заходів: місії, B2B-зустрічі, виставки, форуми, розсилки для імпортерів тощо.

3. ***Звернення до торгових палат та асоціацій***, які об'єднують велику кількість компаній, що працюють у різних галузях, а також мають доступ до баз даних потенційних партнерів. Перевагами доєднання до таких організацій є також те, що вони як правило, проводять перевірку своїх членів, що підвищує надійність інформації про потенційних партнерів, можуть надати рекомендації та відгуки про компанії, часто організовують ділові зустрічі, конференції та виставки, де можна особисто познайомитися з потенційними партнерами, можуть допомогти в організації B2B-зустрічей та переговорів, можуть надати консультації з питань ЗЕД, включаючи законодавство, митні правила та інші важливі аспекти, можуть надати підтримку в укладанні контрактів та вирішенні спорів.

Галузеві асоціації до того ж об'єднують компанії, що працюють в одній галузі, що дозволяє знайти партнерів з необхідною спеціалізацією та мають глибокі знання галузі та можуть надати цінну інформацію про ринок.

В Україні діє Торгово-промислова палата України, має широку мережу регіональних палат та міжнародних партнерів, а також багато галузевих

асоціацій, які об'єднують компанії в певних секторах економіки, серед яких Українська зернова асоціація, Асоціація "Укрлегпром" та інші.

4. *Участь у торгових місіях.* Торгова місія — це закордонний бізнес-захід, основною метою якого є напрацювання якісних бізнес-контактів, проведення переговорів з потенційними партнерами між українськими й локальними компаніями, відвідування місцевих підприємств для обміну досвідом та спілкування з експертами ринку.

Метою організації торгової місії є надання українським компаніям можливості розпочати свою експансію на обраний закордонний ринок або ж розширити свою присутність, якщо вона вже на ньому працює, за допомогою забезпечення індивідуальних бізнес-зустрічей та напрацювання нових бізнес-контактів, включаючи потенційних агентів, дистриб'юторів, представників уряду, профільних асоціацій та торгових палат фокусної країни для можливості ефективного позиціонування компанії. Також метою торгової місії є представлення України загалом, її експортного потенціалу.

2.2. Основні умови та ризики що мають узгоджуватись в переговорах перед укладанням зовнішньоекономічного контракту

Наступним важливим етапом у процесі укладання будь-якої угоди, особливо коли йдеться про зовнішньоекономічні контракти є переговори для узгодження умов контракту. Основна мета переговорів, що передують укладенню контракту — чітко визначити провідні положення контракту та механізм майбутньої взаємодії, яка дозволить мінімізувати ризики.

Під час переговорів щодо укладення контракту сторони повинні узгодити ряд ключових умов, які визначатимуть їхні права та обов'язки. Зокрема мова йде про:

- *Предмет контракту.* Варто чітко визначити товар, послуги або роботи, що є предметом контракту, кількість, якість, технічні

характеристики та інші параметри. Умови поставки, виконання робіт або надання послуг.

- *Ціну та умови оплати.* В переговорах визначається загальна вартість контракту, валюта та порядок оплати, графік платежів (аванс, часткові платежі, остаточний розрахунок), умови щодо зміни ціни (наприклад, у зв'язку зі зміною ринкових цін), тощо.
- *Строки виконання.* Варто визначити дату початку та закінчення виконання зобов'язань, графік виконання робіт або надання послуг, умови щодо продовження строків виконання.
- *Права та обов'язки сторін.* Сторони можуть визначити детальний перелік прав та обов'язків кожної зі сторін, умови щодо використання інтелектуальної власності, умови щодо конфіденційності, тощо.
- *Відповідальність сторін.* Узгоджується розмір та порядок відшкодування збитків у разі невиконання або неналежного виконання зобов'язань, умови щодо штрафних санкцій та пені, обставини непереборної сили (форс-мажор).
- *Умови розірвання контракту.* Варто визначити підстави для розірвання контракту, порядок розірвання контракту, наслідки розірвання контракту.
- *Механізм вирішення спорів.* Порядок вирішення спорів, що виникають у зв'язку з виконанням контракту (наприклад, шляхом переговорів, медіації або в судовому порядку), місце розгляду спорів, застосовне право.
- *Будь які інші умови що є важливими для виконання контракту.*

До основних ризиків, які варто враховувати і механізм мінімізації яких варто визначити в переговорній позиції відносяться наступні:

1. **Ризик транспорту** - потенційні події, які можуть спричинити втрату, пошкодження або затримку товару під час його перевезення. Основні транспортні ризики:

- пошкодження або втрата товару;

- затримка доставки;
- зміна вартості перевезення;
- неправильне оформлення документів;
- ризики, пов'язані з типом транспорту (шторми, піратство, авіакатастрофи, ДТП, сходження вагонів з рейок, тощо);

Для мінімізації ризику транспорту в переговорній позиції варто визначити і внести в контракт детальний опис вантажу, вимоги до упаковки та маркування, контроль за процесом перевезення, алгоритм дій на випадок форсмажорних обставин. Крім того важливо обрати коректний термін Інкотермс та пересвідчитись, що його використання в контракті чітко визначає місце поставки, а також узгодити місце переходу ризиків та витрат. Ризик транспорту розподіляється між контрагентами відповідно до обраного торговельного терміну Інкотермс.

Обрання більш зручного торговельного терміну є перевагою сторони в переговорах і фактично залежить від сили економічної позиції. Для мінімізації ризику транспорту важливо переконатись що умови, визначені сторонами в зовнішньоекономічному контракті співпадають з положеннями договору, який заключає сторона з перевізником. В контракті також варто вказувати порядок вирішення спорів, пов'язаних з транспортними ризиками.

2. ***Ризик несплати товару*** (ризик продавця) – потенційна можливість того, що покупець не виконає свої фінансові зобов'язання перед продавцем, тобто не оплатить поставлений товар або надані послуги. Серед факторів, які збільшують ризик несплати товару варто виділити наступні:

- нестабільне фінансове становище покупця;
- політична та економічна нестабільність в країні покупця;
- недобросовісність покупця;
- відсутність чітких умов оплати в контракті.

Для мінімізації ризику несплати товару ще до початку переговорів варто здійснювати ретельну перевірку контрагента (фінансову звітність, кредитну історію та репутацію потенційного покупця). Крім того в переговорній позиції

мають бути чітко узгоджені умови розрахунків, терміни та способи платежу. Мінімізувати ризик несплати товару в контракті можна за допомогою узгодження документарних продажів (зокрема способом акредитиву чи інкасо), або встановленням передоплати.

3. **Ризик якості товару** (ризик покупця) – це можливість того, що поставлений товар не відповідатиме встановленим стандартам, вимогам або очікуванням покупця. До основних факторів, що збільшують ризик якості товару можна віднести:

- недостатній контроль якості на виробництві;
- неправильне транспортування та зберігання;
- недотримання стандартів та специфікацій;
- фальсифікація та підробка;
- різниця в стандартах.

Для мінімізації ризику якості товару в переговорній позиції мають бути чітко обговорені, а в контракті чітко визначені стандарти чи способи визначення якості товару та гарантії якості товару. Крім того в моменті переходу ризику від продавця до покупця (за обраним торговельним терміном Інкотермс) або перед відправкою можна залучити незалежних інспекторів для перевірки якості товару. З такою метою використовуються послуги сюрвейерів.

Сюрвейерська інспекція – це незалежна експертиза, що проводиться сюрвейером (фахівцем з огляду та оцінки) для визначення стану, кількості, якості та відповідності вантажу або іншого об'єкта встановленим стандартам або вимогам. Основними цілями сюрвейерської інспекції є:

- визначення стану вантажу;
- підтвердження кількості та якості;
- оцінка відповідності стандартам;
- виявлення пошкоджень або втрат;
- визначення причин пошкоджень;
- надання незалежного звіту.

Сюрвейерські інспекції бувають декількох видів:

- передвідвантажувальна інспекція;
- інспекція під час завантаження/розвантаження;
- інспекція під час транспортування;
- інспекція після прибуття;
- інспекція пошкодженого вантажу;
- інспекція суден;
- інспекція контейнерів.

4. **Ризик коливання валютних курсів** - потенційна можливість втрати коштів через зміну курсів валют під час здійснення зовнішньоекономічних операцій. Особливо є актуальним для довгострокових та тендерних контрактів, а також для підприємств, що мають імпорتنі контракти та поставку товару, який переробляють та експортують (договори на експорт та імпорт в різній валюті).

До основні факторів, що впливають на коливання валютних курсів можна віднести наступні: *економічні* (інфляція, відсоткові ставки, економічне зростання, платіжний баланс), *політичні* (політична нестабільність, геополітичні ризики, державна політика) та *ринкові* (спекуляції, попит і пропозиція, очікування ринку).

Для мінімізації ризику коливання валюти в контракт можна внести **застереження про коригування валюти** (дозволяє переглядати ціну товару або послуги у разі коливань валютних курсів, прив'язка може бути до дати, або до цифри).

5. **Ризик коливання ціни** - потенційна можливість того, що вартість товару або послуги зміниться протягом певного періоду часу. Є особливо актуальним для довгострокових контрактів. До основні факторів, що впливають на коливання ціни можна віднести наступні: *ринкові* (попит і пропозиція, конкуренція, сезонність), *економічні* (інфляція, валютні курси, ціни на сировину), *політичні* (політична нестабільність, торгові війни, санкції), *транспортні витрати* (зміна цін на пальне, тарифи перевізників або валютні коливання можуть змінити вартість доставки), *форс-мажорні обставини*.

Для мінімізації ризику коливання цін в контракт можна:

- включити положення, що передбачають фіксацію ціни на певний період;
- включити застереження про коригування ціни.

Основні типи застережень про коригування ціни:

- прив'язка до індексів: ціна переглядається на основі зміни певних індексів (наприклад, індекс цін виробників);
- прив'язка до валютних курсів: ціна переглядається на основі зміни курсів валют;
- прив'язка до цін на сировину: ціна переглядається на основі зміни цін на сировину (наприклад, нафту, метал);
- комбіновані застереження: використання кількох факторів для перегляду ціни.

6. *Правові ризики* – до яких відносяться: нечітке формулювання умов контракту, недостатня правова експертиза, ризик невідповідності тексту контракту обраному праву, ризики пов'язані з інтелектуальною власністю, ризики, пов'язані з конфіденційністю, ризики, пов'язані з розірванням контракту та ризики, пов'язані з вирішенням спорів.

7. *Форс мажор* - потенційна можливість того, що виконання контракту стане неможливим або істотно ускладненим через непередбачені обставини, які знаходяться поза контролем сторін. До форс-мажорних обставин можуть належати: природні катастрофи (землетруси, повені, урагани), військові дії, епідемії, страйки, зміни в законодавстві, інші події, що знаходяться поза контролем сторін. Форс-мажорні обставини можуть призвести до: призупинення виконання контракту, зміни умов контракту або розірвання контракту.

Класичне застереження про форс мажор передбачає що кожна зі сторін не несе відповідальність за невиконання будь якого зі своїх зобов'язань, якщо доведе що:

- таке невиконання було викликано перешкодою поза її контролем;

- він неї не можна було розумно очікувати передбачення цієї перешкоди та її вплив на здатність виконати контракт при його укладанні; і
- від неї не можна було обґрунтовано очікувати запобігання або подолання цієї перешкоди чи її наслідків.

Для мінімізації ризиків форс мажору при укладанні ЗЕД-контрактів рекомендується ретельно прописувати положення про форс-мажорні обставини. До того ж в ЗЕД контракті варто наводити чітке визначення форс-мажорних обставин, визначати порядок повідомлення про форс-мажор, визначати наслідки форс-мажорних обставин для виконання контракту.

2.3. Переговори що передують укладенню контракту зовнішньоекономічної діяльності: основні етапи, принципи, техніки, моделі та інструменти

Переговори, що передують укладенню зовнішньоекономічного контракту (ЗЕД), є важливим етапом, який визначає успішність майбутньої співпраці. Вони дозволяють сторонам узгодити умови контракту, виявити потенційні ризики та встановити взаємовигідні відносини. Правила проведення переговорів передбачають послідовні кроки до певної мети. Сюди відносять форми прямого і непрямого спілкування, дистанційні та публічні переговори, правила ведення телефонних переговорів і листування.

Процес переговорів, що передують укладанню контракту, може бути розпочатий будь-якою зі сторін – продавцем або покупцем. Попередні комерційні переговори є звичайною практикою для узгодження умов майбутньої угоди. У випадку виникнення розбіжностей щодо комерційних або технічних аспектів, сторони вдаються до торгу, тобто обмінюються аргументами та шукають компромісні рішення.

При підготовці до проведення переговорів бажано дотримуватись таких рекомендацій:

- визначити предмет переговорів; здійснити підготовчі заходи; розробити документацію відправки/приймання делегації для проведення переговорів; підготувати техніко-економічне обґрунтування, затвердити базу договірних цін, підготувати та узгодити проекти документів; вивчити фірму та членів делегації майбутнього партнера;
- виробити тактику ведення переговорів: можливий розподіл ролей учасників, послідовність викладення питань, що цікавлять (першою вислуховується сторона, за ініціативою якої відбувається зустріч), підготувати довідкові та інші матеріали, які можуть бути потрібні під час переговорів, розробити шляхи розв'язання розбіжностей та претензій (бажано мати декілька варіантів розв'язання потенційних спірних питань), підготувати можливі відповіді на питання партнерів.
- визначити склад своєї делегації, місце та завдання кожного її члена;

При проведенні переговорів слід додержуватись загальних норм протокольної практики, звичаїв та умовностей, які прийняті у міжнародному діловому спілкуванні, центральним серед яких є **принцип «міжнародної ввічливості»** - дотримання шанобливості та поваги до усього, що символізує та репрезентує державу партнера, незалежно від її місця та значимості у міжнародному співтоваристві. Повага до посадових осіб іноземних фірм та компаній, точне дотримання протоколу створює сприятливу для переговорів ситуацію, робочий настрій, який допомагає контру істинному розв'язанню обговорюваних питань та проблем.

Крім принципу міжнародної ввічливості, у міжнародній діловій практиці прийнято дотримуватись ще двох важливих принципів:

- ✓ **принципу ввічливого нейтралітету** (cultural adiophora), який означає манеру поведінки та ділову етику, згідно з якими іноземець у період перебування у закордонній країні може на свій вибір

дотримуватись або не дотримуватись звичаїв та традицій цієї держави, не ображаючи його мешканців. Наприклад, український бізнесмен, перебуваючи в Індії, може замість рукостискання використати скласти руки долонями разом на рівні грудей, як у людей, які моляться;

- ✓ **ввічливого винятку** (cultural exclusive), який означає прийняті у даній країні манери та звичаї, яких не слід дотримуватись іноземцю. Наприклад, європейському бізнесмену, який перебуває у якій-небудь країні Близького Сходу, не слід одягати арабський стрій.

Зазвичай ділові переговори проводяться між керівниками фірм або їх уповноваженими представниками за участю спеціалістів. Перша особа має право підпису контрактної та іншої документації і, як правило, має при собі печатку фірми або особисту печатку. Особи, уповноважені керівником фірми на ведення переговорів та підписання контрактної документації, повинні мати це право згідно із статутними документами фірми і мати при собі довіреність або інші письмові підтвердження таких повноважень. Серед таких осіб, крім керівника делегації, можуть бути експерти (компетентні спеціалісти з предмета переговорів або ЗТК), з правом підпису або без нього. У складі делегації, крім керівників, можуть бути технічні співробітники, перекладач і, референти та юристи, які готують необхідні матеріали, поточні протоколи та документацію. Якщо у вас є заздалегідь підготовлений проект ЗЕД контракту, необхідно дати можливість партнеру попередньо ознайомитися з його текстом.

Етапи проведення переговорів включають чотири базових блоки.

Етап 1: підготовка до перемовин

Складається з формальної та фактичної підготовки. В рамках формальної призначають учасників переговорного процесу, місце і час переговорів. Далі визначаються мінімальні й оптимальні цілі переговорів. Важливо враховувати не лише свої інтереси, але й цілі іншої сторони, проаналізувати альтернативні рішення і визначити коло питань, які необхідно обговорити.

Етап 2: старт і взаємне представлення умов

Переговори починаються з представлення учасників, оголошення теми обговорення, а також уточнення компетенцій усіх учасників.

Етап 3: обговорення умов

Сторони надають власні аргументи і їх обґрунтування. За правилами, якщо пропозиція відхиляється, потрібно зробити зустрічну. Перша пропозиція частіше відхиляється, оскільки передбачає варіант, найбільш прийнятний тільки для однієї зі сторін. Наступні пропозиції — це послідовні взаємні поступки.

Етап 4: завершення ділових перемовин і укладання контракту

Переговори закінчуються, коли узгоджено всі позиції. Угоди фіксуються в письмовій формі. Якщо сторони не можуть дійти згоди, зустрічі припиняється.

Тактичні прийоми ведення переговорів передбачають *комбінацію різних технік, яка має назву «портфельний підхід»*.

Залежно від обраної лінії поведінки виокремлюють:

1. *Конструктивні прийоми ведення переговорів* — бесіду, компроміс, коли партнери обмінюються взаємними думками і йдуть на часткові поступки.
2. *Інструктивну техніку домінування* — передача інформації відбувається з одного боку у вигляді інструкції, без врахування інтересів іншої сторони.
3. *Переконання і співробітництво* — техніка ведення переговорів, коли опонент схиляє співрозмовника до ухвалення потрібного йому рішення, використовуючи логічні аргументи.
4. *Обидві сторони готові до діалогу й згодні максимізувати взаємні вигоди.*
5. *Дискусія* — переговори нагадують словесне змагання, а кожна зі сторін стоїть на своєму, використовуючи фактичну аргументацію.
6. *Ухилення* — одна зі сторін уникає спілкування.
7. *Мінімізація або пом'якшення наслідків* — одна зі сторін йде на очевидні поступки у збиток своїм інтересам.

«Трикутник компетенцій перемовника» - концепція, яка визначає три ключові групи навичок, необхідних для успішного ведення переговорів. Ці

групи компетенцій взаємопов'язані та однаково важливі для досягнення бажаного результату.

1. **Вміння працювати з відносинами** (здатність встановлювати та підтримувати позитивні відносини з іншими учасниками переговорів). Ця група включає такі навички як:

- встановлення довіри;
- ефективна комунікація;
- емпатія та розуміння;
- управління емоціями;
- вирішення конфліктів.

Розвинені навички роботи з відносинами допомагають створити атмосферу співпраці та взаєморозуміння, що сприяє досягненню взаємовигідних рішень.

2. **Вміння працювати зі змістом** (здатність аналізувати інформацію, аргументувати свою позицію та знаходити творчі рішення). Ця група включає такі навички як:

- аналітичне мислення;
- аргументація та переконання;
- творче вирішення проблем;
- знання предмету переговорів;
- управління інформацією.

Розвинені навички роботи зі змістом дозволяють ефективно обговорювати умови угоди та знаходити оптимальні рішення.

3. **Управління процесом** (здатність планувати, організовувати та контролювати процес переговорів). Ця група включає такі навички як:

- планування та підготовка;
- ведення переговорів;
- управління часом;
- прийняття рішень;
- досягнення домовленостей.

Розвинені навички управління процесом дозволяють ефективно організувати переговори та досягти бажаного результату в запланований термін.

Всі три групи компетенцій взаємопов'язані та однаково важливі для успішного ведення переговорів. Недостатній розвиток однієї з компетенцій може негативно вплинути на результати переговорів. Ефективний перемовник повинен постійно розвивати всі три групи компетенцій.

Основні моделі переговорів можна класифікувати за різними критеріями, враховуючи цілі, стратегії та підходи до взаємодії між сторонами. Одними з найпоширеніших з них є *інтегративні переговори, дистрибутивні переговори, позиційний торг, Гарвардська модель (принципові переговори) та модель переговорів з урахуванням культурних відмінностей*.

Інтегративні переговори — це тип переговорів, який спрямований на пошук взаємовигідних рішень, що задовольняють інтереси обох сторін. Така модель переговорів використовується коли сторони мають спільні інтереси та прагнуть встановити довгострокові відносини, мають можливість знайти творчі та нестандартні рішення, а також довіряють одна одній та готові до відкритого обговорення.

Серед переваг інтегративних переговорів – вони дозволяють досягти більш стійких та задовольняючих рішень, сприяють встановленню довгострокових та партнерських відносин, дозволяють знайти творчі та нестандартні рішення, зменшують ризик конфліктів та непорозумінь. Щодо недоліків – такі переговори вимагають високого рівня довіри та відкритості, можуть бути більш тривалими та складними, ніж дистрибутивні переговори, можуть бути неефективними, якщо одна зі сторін не готова до співпраці.

Дистрибутивні переговори, також відомі як *позиційні переговори або переговори з нульовою сумою*, – це тип переговорів, у якому виграш однієї сторони означає програш іншої. Вони характеризуються конкуренцією, торгом і компромісами, де кожна сторона намагається отримати якомога більшу частку обмежених ресурсів.

Дистрибутивні переговори використовують в разі обмеженості ресурсів, ситуації коли відносини між сторонами не мають значення, а також у випадку коли є необхідність швидкого досягнення згоди. Дистрибутивні переговори передбачають використання агресивної тактики, торгу, використання влади або впливу для отримання бажаного результату.

Така модель має ряд недоліків, зокрема я наслідок таких переговорів ймовірні конфлікти і руйнування відносин між сторонами. Такі переговори можуть призвести до неефективних рішень, оскільки сторони зосереджуються на розподілі ресурсів, а не на пошуку взаємовигідних рішень. Одна зі сторін в результаті таких переговорів може почуватися обдуреною або скривдженою.

Схожою моделлю до дистрибутивних переговорів є *позиційний торг* - традиційний підхід до переговорів, де кожна сторона займає певну позицію і намагається її відстояти. Цей метод часто характеризується жорсткою конкуренцією, тиском і маніпуляціями, оскільки кожна сторона прагне досягти максимальної вигоди для себе, навіть якщо це означає програш іншої сторони.

Гарвардська модель переговорів — це підхід до переговорів, розроблений у Гарвардському університеті на основі робіт Уільяма Урі та Роджера Фішера, який наголошує на пошуку взаємовигідних рішень, а не на перемозі будь-якою ціною. Ця модель зосереджується на інтересах сторін, а не на їхніх позиціях, і прагне створити атмосферу співпраці та довіри.

Гарвардська модель може бути застосована в будь-яких переговорах, від ділових угод до міжнародних конфліктів. Вона особливо ефективна в ситуаціях, коли важливо зберегти відносини між сторонами. Основні переваги Гарвардської моделі:

- ✓ Сприяє встановленню довгострокових та партнерських відносин.
- ✓ Дозволяє знаходити більш творчі та взаємовигідні рішення.
- ✓ Зменшує ризик конфліктів та непорозумінь.
- ✓ Підвищує ефективність переговорів.

Гарвардська модель переговорів налічує 4 принципи та 7 основних елементів:

1. відокремлення людини і проблеми;
2. концентрація на інтересах, а не позиціях;
3. пошук альтернативних взаємовигідних варіантів; та
4. використання об'єктивних критеріїв.

BATNA (Best Alternative To a Negotiated Agreement) - найкраща альтернатива домовленості, тобто план дій, якщо переговори не принесуть результату. Розвиток BATNA дозволяє оцінити свої можливості та прийняти обґрунтоване рішення. Це "запасний план", який визначає вашу мінімальну прийнятну угоду.

Чим сильніша ваша BATNA, тим більшу силу ви маєте в переговорах. Ви можете дозволити собі відмовитися від угоди, якщо вона не відповідає вашим інтересам. BATNA допомагає уникнути укладання угоди, яка гірша за вашу найкращу альтернативу. Наявність сильної BATNA дає впевненість під час переговорів.

Важливо не тільки мати сильну BATNA, але й знати BATNA іншої сторони. BATNA не є фіксованою. Вона може змінюватися протягом переговорів. Не варто розкривати свою BATNA, якщо це не вигідно для вас.

ZOPA (Zone of Possible Agreement) - «зона можливої угоди» в переговорах. Це діапазон, у якому інтереси двох сторін перетинаються, і де можливе досягнення взаємовигідної угоди. Наприклад за умов якщо продавець готовий продати товар за ціною від 100 до 150 одиниць, а покупець готовий купити той же товар за ціною від 80 до 120 одиниць - ZOPA в цьому випадку буде від 100 до 120 одиниць.

WATNA (Worst Alternative to a Negotiated Agreement) - «найгірша альтернатива переговорній угоді». Це концепція, яка доповнює BATNA і допомагає учасникам переговорів оцінити ризики та потенційні наслідки, якщо угода не буде досягнута. WATNA допомагає визначити найгірший можливий результат, якщо переговори проваляться та дозволяє сторонам краще зрозуміти потенційні збитки та ризики. WATNA допомагає сторонам бути реалістичними щодо своїх очікувань.

7 основних елементів Гарвардської моделі:

- інтереси;
- варіанти;
- об'єктивні критерії;
- комунікація;
- відносини;
- альтернативи;
- рішення.

«*Трикутник інтересів*» - концепція, яка допомагає учасникам переговорів зрозуміти та збалансувати різні аспекти, що впливають на їхні рішення. Вона передбачає врахування трьох основних елементів: *власні інтереси* (фінансові вигоди, репутація, вплив, задоволення потреб, довгострокові цілі, тощо), *інтереси іншої сторони* (розуміння інтересів іншої сторони допомагає знайти спільні точки дотику, запропонувати взаємовигідні рішення, уникнути конфліктів) та *інтереси відносин* (збереження добрих відносин, встановлення довгострокового партнерства, уникнення конфліктів, тощо).

Для ефективної роботи з інтересами в процесі комунікації можна використовувати різноманітні інструменти, які допомагають виявити, зрозуміти та задовольнити потреби всіх сторін. Серед таких інструментів:

- *активне слухання* – парафразування, уточнюючі запитання, відображення емоцій;
- *постановка запитань* - відкриті запитання, закриті запитання, уточнюючі запитання;
- *емпатія* - здатність розуміти та відчувати емоції іншої людини;
- *аргументація* - використання логічних та обґрунтованих аргументів для підтримки своєї позиції;
- *перефразовування та резюмування* - дозволяє переконатися, що ви правильно зрозуміли співрозмовника та підвести підсумки розмови та зафіксувати досягнуті домовленості;

- *техніка «Я-повідомлення»* - дозволяє висловити свої почуття та потреби, не звинувачуючи іншу людину;

- *техніка «Мозковий штурм»* - допомагає знайти творчі та нестандартні рішення, які можуть задовольнити інтереси всіх сторін;

- *візуалізація* - використання візуальних матеріалів (діаграм, графіків, схем) для кращого розуміння інформації;

- *техніка «Три кола інтересів»* - врахування трьох типів інтересів: власні інтереси, інтереси іншої сторони, інтереси відносин

- *техніка «Позитивне формулювання»* - використання позитивних формулювань для створення атмосфери співпраці.

4 квадрати діагностики, як інструмент підготовки до переговорів. Концепція **«4 квадратів діагностики»** використовується в різних сферах, зокрема в психології, менеджменті та маркетингу, для аналізу ситуацій, проблем або особистостей. Вона передбачає розділення простору на чотири частини, кожна з яких представляє певний аспект або категорію.

Один з найвідоміших методів, який використовується для аналізу бізнесу, проекту або особистості - **SWOT-аналіз**. Цей інструмент допомагає визначити стратегічні цілі, сприяє прийняттю обґрунтованих рішень, дозволяє виявити потенційні ризики та можливості, допомагає оцінити конкурентоспроможність, допомагає в стратегічному плануванні.

Основні елементи SWOT-аналізу і способи їх використання в підготовці до переговорів:

- S (Strengths) - сильні сторони (внутрішні фактори, які дають перевагу). В контексті переговорів це: переваги перед іншою стороною, ресурси та компетенції які можна використовувати під час переговорів, аргументи які можна використовувати для підтримки своєї позиції.
- W (Weaknesses) - слабкі сторони (внутрішні фактори, які можуть перешкоджати досягненню цілей). В контексті переговорів це: наявні

недоліки та ризики. Необхідно підготувати аргументи для захисту від можливих атак з боку іншої сторони.

- О (Opportunities) – можливості (зовнішні фактори, які можуть сприяти розвитку). Це можливості які можна запропонувати іншій стороні, спільні інтереси які сторони можуть мати, пропозиції, які будуть вигідні для обох сторін.
- Т (Threats) – загрози (зовнішні фактори, які можуть загрожувати розвитку). Це загрози, які можуть виникнути під час переговорів та ризики які несе інша сторона.

Матриця Ейзенхауера - інструмент управління часом, який допомагає розставити пріоритети завдань на основі їхньої важливості та терміновості. Основні елементи цієї матриці:

- ✓ важливі та термінові: завдання, які потрібно виконати негайно.
- ✓ важливі, але не термінові: завдання, які потрібно запланувати.
- ✓ термінові, але не важливі: завдання, які можна делегувати.
- ✓ не термінові та не важливі: Завдання, які можна відкласти або скасувати

Матриця Ейзенхауера може бути корисним інструментом під час підготовки та проведення переговорів в наступних аспектах:

- *Для визначення пріоритетів.* Перед переговорами важливо визначити, які питання є найбільш важливими, а які — терміновими. Наприклад, досягнення згоди щодо ціни може бути важливим і терміновим питанням, тоді як обговорення деталей доставки може бути важливим, але не терміновим.
- *Для планування переговорів.* Важливі та термінові питання слід обговорити на початку переговорів. Важливі, але не термінові питання можна обговорити пізніше. Термінові, але не важливі питання можна делегувати іншим членам команди або обговорити в письмовому вигляді. Не термінові та не важливі питання можна відкласти або взагалі не обговорювати.

- *Для управління часом.* Ефективне використання часу є дуже важливим на переговорах, особливо коли час обмежений. Матриця Ейзенхауера допомагає зосередитися на ключових питаннях і не витрачати час на неважливі деталі.
- *Для прийняття рішень.* Під час переговорів часто доводиться приймати швидкі рішення. Матриця Ейзенхауера допомагає приймати обґрунтовані рішення, враховуючи важливість та терміновість питань. Це дозволяє уникнути прийняття поспішних рішень, які можуть мати негативні наслідки.
- *Для управління стресом.* Матриця Ейзенхауера допомагає зменшити стрес, оскільки вона дозволяє зосередитися на ключових питаннях і не турбуватися про неважливі деталі.

Квадрант грошового потоку Роберта Кійосакі - концепція, яка розділяє людей на чотири категорії залежно від того, як вони заробляють гроші. Вона допомагає зрозуміти різні підходи до фінансового успіху та визначити, який з них найкраще відповідає вашим цілям. Хоча ця концепція в першу чергу стосується фінансового управління, вона також може бути корисною в переговорах, особливо коли йдеться про гроші, бізнес або інвестиції.

Чотири квадранти цього інструменту:

- *E (Employee)* - найманий працівник. Люди в цьому квадранті обмінюють свій час на гроші, шукають стабільність і безпеку. У переговорах вони можуть зосереджуватися на заробітній платі, пільгах і умовах праці.
- *S (Self-Employed)* – самозайнятий. Люди в цьому квадранті працюють на себе, мають більше контролю над своїм доходом, але також несуть більше ризиків. У переговорах вони можуть зосереджуватися на цінах, умовах контрактів і партнерських відносинах.
- *B (Business Owner)* - власник бізнесу. Люди в цьому квадранті володіють бізнесом, який працює на них та створюють системи, які

приносять їм дохід. У переговорах вони можуть зосереджуватися на інвестиціях, злитті та поглинанні, а також стратегічних партнерствах.

- *I (Investor)* – інвестор. Люди в цьому квадранті заробляють гроші на інвестиціях та використовують гроші, щоб отримати ще більше грошей. У переговорах вони можуть зосереджуватися на прибутковості, ризиках і можливостях інвестування.

Розуміння того, в якому квадранті перебуває ваш партнер по переговорах, може допомогти вам зрозуміти його *мотивацію*. Наприклад, найманий працівник може більше турбуватися про безпеку, ніж про високий дохід, тоді як інвестор може більше цікавитися прибутковістю, ніж ризиком. До того ж квадрант грошового потоку може допомогти визначити, *яку цінність ви пропонуєте іншій стороні*. Наприклад, якщо ви власник бізнесу, ви можете запропонувати інвестору можливість отримати високий прибуток.

Квадрант грошового потоку може допомогти *розробити стратегію переговорів, яка відповідає інтересам обох сторін*. Наприклад, якщо ви ведете переговори з самозайнятим, ви можете запропонувати йому партнерські відносини, які допоможуть йому розширити свій бізнес. І нарешті Квадрант грошового потоку може допомогти вам *оцінити ризики, пов'язані з угодою*. Наприклад, якщо ви інвестор, ви повинні оцінити ризики, пов'язані з інвестиціями в бізнес.

Квадрант особистості – ще одна концепція, що використовується в психології для аналізу особистості на основі різних характеристик. Вона може бути корисним інструментом у переговорах, допомагаючи краще зрозуміти себе та партнера, а також адаптувати стратегію спілкування.

У психології «4 квадранти» можуть використовуватися для аналізу особистості на основі різних характеристик, таких як:

- ✓ інтроверсія/екстраверсія;
- ✓ мислення/почуття;
- ✓ відчуття/інтуїція;
- ✓ судження/сприйняття.

Квадрант особистості може бути корисним у переговорах з точки зору:

- *Розуміння себе.* Квадрант особистості допомагає зрозуміти свої сильні та слабкі сторони в переговорах. Наприклад, якщо ви інтроверт, вам може знадобитися більше часу для підготовки та обмірковування.
- *Розуміння партнера.* Квадрант особистості допомагає зрозуміти стиль спілкування та поведінку партнера. Наприклад, якщо ваш партнер екстраверт, він може бути більш відкритим та наполегливим.
- *Адаптації стратегії.* Розуміння квадранта особистості допомагає адаптувати стратегію переговорів до індивідуальних особливостей партнера. Наприклад, якщо ваш партнер орієнтований на почуття, важливо використовувати емпатію та встановлювати емоційний зв'язок.
- *Прогнозування поведінки.* Квадрант допомагає передбачити, як партнер реагуватиме на різні аргументи та пропозиції.
- *Вибору стилю спілкування.* Квадрант допомагає вибрати найбільш ефективний стиль спілкування. Наприклад, з аналітичним партнером важливо використовувати логічні аргументи та факти.
- *Управління конфліктами.* Квадрант допомагає ефективно керувати конфліктами. Наприклад, з емоційним партнером важливо зберігати спокій та виявляти емпатію.

Для **оцінки успішності переговорів** слід розуміти, за якими критеріями варто формувати оцінку:

- **Ефективність.** Результат може бути задовільним, але якщо його було досягнуто надмірно високою ціною або занадто пізно — він вже не має сенсу. Результат, який не виправдовує доцільності здійснених заходів, говорить про те, що правила переговорів було порушено.
- **Конструктивність.** Фінансовий прибуток важливий, але слід враховувати й майбутні інтереси. Часто в переговорах є зайва емоційна залученість учасників, коли вони висувають бажані, але

необґрунтовані вимоги. Слід пам'ятати, що миттєва перемога, яка призводить до напруженості й погіршення відносин між партнерами, в результаті виявляється програшем для обох сторін.

2.4. Національні стилі ведення переговорів та крос-культурний контекст

Національні стереотипи переговорів - це узагальнені уявлення про те, як представники певних національностей ведуть переговори, які можуть виникати на основі культурних, історичних та інших факторів. Важливо пам'ятати, що ці стереотипи не можна загально застосовувати до всіх індивідів цієї національності, оскільки кожна особа є унікальною, і національність лише один з аспектів її ідентичності. Однак, знання цих стереотипів може допомогти вам краще зрозуміти вашого партнера по переговорах і уникнути непорозумінь.

Національні стереотипи окремих країн:

<i>Країна</i>	<i>Національні особливості ведення переговорів</i>
США	Американський стиль ведення бізнесу характеризується прагматизмом, де кожна дія має приносити прибуток. Вони цінують ефективність, уникаючи зайвих витрат та традиційних умовностей. Американці відомі своєю ретельністю в організації, детальною перевіркою виконання та постійним прагненням до поліпшення. Вони вважають себе експертами в міжнародному бізнесі та прагнуть до швидкого заробітку, використовуючи наполегливу працю та владу. Такий підхід, хоча й результативний, може сприйматися як жорсткий.
Великобританія	Бізнес у Великобританії представлений висококваліфікованими фахівцями, які вміють глибоко аналізувати ринок та складати обґрунтовані прогнози. Їхній стиль відрізняється соціальним консерватизмом та повагою до традицій. Британські бізнесмени – це ерудовані професіонали, хоча в політичному плані вони можуть бути дещо наївними. У переговорах вони займають жорстку позицію, підкріплену великою кількістю фактичних даних. Їхні рішення, хоча й приймаються повільніше,

	відрізняються низьким рівнем ризику.
Німеччина	Німецькі ділові партнери цінують акуратність та педантичність. Якщо ви не можете гарантувати точне виконання домовленостей, краще не починати співпрацю. Їхні телефонні розмови відрізняються ефективністю та конкретикою, без зайвих витрат часу. Пунктуальність та чіткі правила – основа їхнього ділового підходу. В німецьких переговорах може бути відчутний великий рівень організації та структурованості. Німці часто віддають перевагу ретельному плануванню та підготовці перед початком переговорів.
Франція	Для успішної співпраці з французькими фірмами необхідно визначити чіткі цілі. Французи надають перевагу французькій мові, тому використання інших мов може викликати негативну реакцію. У Франції важливі особисті зв'язки, тому часто співпраця починається через посередників. Діловий світ тут досить закритий для "новачків". Французи, на відміну від американців, уникають ризикованих фінансових операцій. При укладанні контрактів з великими компаніями акцент робиться на технічні характеристики та довговічність. Ділові зустрічі можуть проходити в неформальній обстановці, наприклад, за обідом. Звертатися до співрозмовників слід "месье" або "мадам", якщо вони не попросили іншого. При знайомстві обов'язково вручається візитна картка, спочатку особі з вищим статусом.
Туреччина	У турецькій культурі обмін подарунками має особливе значення. Тому, готуючись до зустрічі з турецькими партнерами, варто передбачити невеликі презенти. Крім того, важливо мати достатньо часу, оскільки ділові переговори часто починаються з неформальної розмови за чашкою чаю чи кави.
Фінляндія	Фінські ділові відносини відрізняються надійністю, чіткістю та чесністю, а також пунктуальністю та педантичністю, які можна порівняти з німецьким діловим стилем.
Японія	У японських переговорах велику увагу приділяють збереженню гідності та гармонійним відносинам. Представники Японії можуть уникати використання прямих вимог і спробують досягти консенсусу шляхом

	довгих дискусій та обговорень. Хоча японський бізнес орієнтований на прибуток, як і західний, японці прагнуть створити атмосферу гармонії та побудувати "людські відносини" з партнерами. Обмін візитними картками є обов'язковим ритуалом при знайомстві.
Китай	У китайських переговорах значна увага приділяється встановленню довгострокових відносин та взаєморозумінню. Китайці можуть використовувати стратегію "мигдальниці", коли вони вчиняються з обміном компромісами для досягнення спільної мети. Китайські переговори – це тривалий процес, що вимагає стратегічного підходу. Китайці не поспішають з рішеннями, ретельно вивчаючи всі деталі. Для успіху необхідно з самого початку продемонструвати реальні переваги співпраці. Китайські компанії мають висококваліфікованих фахівців, володіють ринковою інформацією та використовують попередній досвід у переговорах. Важливим аспектом є налагодження дружніх відносин.
Італія	Італійці надають перевагу неформальному спілкуванню та цінують час, проведений з партнерами поза роботою. Багато ділових питань вони воліють обговорювати в невимушеній обстановці, наприклад, у ресторані. Знайомство з італійськими бізнесменами традиційно починається з обміну візитними картками.
Аргентина	Плануючи ділові відносини з аргентинцями, будьте готові до їхньої дружелюбності та відкритості. Враховуйте їхній патріотизм та сімейні цінності. Пам'ятайте, що вони можуть бути емоційними, але не злопам'ятними. Враховуйте важливу роль "хрістора" у ділових питаннях та зверніться до "енчуфадос" для встановлення контактів. Будьте готові до повільнішого темпу переговорів та плануйте зустрічі на другу половину дня.
Швеція	Шведські бізнесмени відрізняються сильною національною самосвідомістю, яку необхідно враховувати в ділових відносинах. Вони цінують формальність та ієрархію, тому важливо звертатися до відповідних осіб на підприємствах. Переговори з ними характеризуються жорсткістю, зосередженістю на ключових питаннях та високим рівнем підготовки. Шведські партнери вимогливі до якості продукції та дотримання умов. Для успішної співпраці

	необхідно розуміти їхню стриманість, об'єктивність та демократичний стиль спілкування, а також їхню схильність до точності та деталізації.
Єгипет	Єгиптяни, як частина арабського світу, мають свої унікальні культурні особливості, що впливають на їхній діловий стиль. Вони відомі своєю ввічливістю, гостинністю та неспішністю. У ділових відносинах важливо враховувати їхню ієрархічну структуру та прагнути до співпраці з вищими посадовими особами. Єгипетські ділові відносини часто будуються на довгостроковій основі, особливо в сферах торгівлі та туризму. Вони схильні до детального обговорення всіх аспектів угоди та мають вроджене розуміння ризиків, що впливає на їхнє прагнення перекласти ризики на партнерів.
Бразилія	Бразильці мають більш гнучке ставлення до пунктуальності, ніж європейці, тому запізнення до 30 хвилин не вважається грубим порушенням. Хоча в суспільстві зберігаються патріархальні традиції, ділове спілкування є досить формальним. Бразильські контракти мають радше декларативний характер, ніж юридичну силу, тому важлива попередня оплата або акредитив. Бразильський бізнес має ієрархічну структуру, тому важливо встановлювати контакти на високому рівні. Якість бразильської продукції потребує ретельної перевірки. Місцевий партнер з хорошими зв'язками та взаємна довіра є ключовими факторами успіху в бразильському бізнесі.
Болгарія	Болгарський діловий стиль поєднує ввічливість та пунктуальність, що відповідають австрійським нормам. Переговори з болгарами – це тривалий процес, що вимагає часу та терпіння. Вони не бояться змінювати позицію або аргументацію під час переговорів. В Болгарії рішення приймаються на вищому рівні керівництва. Дизайн продукції адаптований до західних стандартів, а болгарські партнери віддають перевагу обережному підходу до бізнесу.
Індія	Для успішної співпраці з індійськими партнерами враховуйте їхнє ставлення до сім'ї та подарунків. Пам'ятайте, що кивок головою може означати згоду, але не завжди. Будьте готові до того, що кастова система може впливати на ділові відносини. Підтримуйте активну комунікацію, але уникайте поспіху та прямої критики.

	Надавайте рекомендації письмово. Індійці завжди залишаються ввічливими, навіть у складних ситуаціях.
Кенія	В діловому середовищі цього регіону переважають азіати, переважно індійського та кенійського походження, що проживають там у другому або третьому поколіннях. Ці іммігрантські громади, як правило, зосереджені у виробничих секторах та живуть відокремлено від місцевого населення, що сприяє збереженню традиційного ділового менталітету. В умовах високої конкуренції перевага надається лише якісним товарам. На ринках Східної та Західної Африки зростає усвідомлення того, що успіх залежить від високоякісної продукції, яка, у свою чергу, вимагає якісного обладнання та матеріалів. Під час ділових переговорів ефективним підходом є встановлення особистого контакту через обговорення місцевих традицій та сімейних цінностей. Місцева мова сприяє налагодженню довірливих відносин. У роботі з приватними компаніями слід проявляти терпіння, оскільки процес прийняття рішень може бути тривалим.
Саудівська Аравія	В Саудівській Аравії подарунки в діловому контексті не є поширеними, але якщо їх дарують, то вони повинні бути символічними, наприклад, книги або національні монети. Пропонований чай або каву слід прийняти, випивши хоча б трохи, тримаючи чашку в руці. Їжу та напої беруть лише правою рукою, оскільки ліва вважається нечистою. Не слід демонструвати підошви взуття співрозмовнику. При відвідуванні дому взуття знімають перед входом. Саудівські ділові партнери надають перевагу прямим контактам з представниками компаній, а не регіональним посередникам. Під час переговорів важливо проявляти терпіння, оскільки будь-яка поспішність може негативно вплинути на результат. Зустрічі в офісах високопосадовців можуть часто перериватися телефонними дзвінками або відвідувачами, що є звичайною практикою і не вважається неповагою. Рішення приймаються після тривалого обговорення та консультацій. Прояв поспіху або нетерпіння розцінюється як неввічливість. Знання кількох арабських слів може позитивно вплинути на переговори, демонструючи повагу до місцевої культури.

2.5. Порядок укладання зовнішньоекономічних договорів

Поширеним способом укладання зовнішньоекономічних договорів є укладання договору за допомогою оферти та акцепту. Правила укладання угоди за допомогою оферт та акцентів регулюються Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу, прийнятою в 1980 році. Мета цієї Конвенції - спростити міжнародну торгівлю, усунувши правові бар'єри, що виникають через різницю в національних законодавствах. Вона застосовується до договорів купівлі-продажу товарів між сторонами, комерційні підприємства яких знаходяться в різних державах, що є учасниками Конвенції. Втім вона не застосовується до купівлі товарів для особистого, сімейного або домашнього використання, а також до купівлі цінних паперів, суден, літаків та електроенергії.

Існує декілька методів встановлення контактів із потенційними покупцями. Їх логіка і процес відрізняються в залежності від того, яка сторона є ініціатором угоди (експортер чи імпортер).

Під час *підготовки експортної угоди* на основі прямих зв'язків між контрагентами продавець може використовувати різні способи встановлення контактів із потенційними покупцями:

- ✓ Направити пропозицію оферту безпосередньо одному або декільком можливим іноземним покупцям;
- ✓ Прийняти та підтвердити замовлення покупця;
- ✓ Направити покупцеві пропозицію у відповідь на запит із зазначенням конкретних умов майбутнього контракту або проформи та контракту;
- ✓ Взяти участь у торгах шляхом надання тендеру організаторам торгів;
- ✓ Взяти участь у торгово-промислових виставках та ярмарках, як міжнародних, так і національних;
- ✓ Направити можливому покупцю комерційного листа з інформацією про наміри розпочати переговори щодо укладення конкретної угоди;

- ✓ Направити проформу контракту вже відомому покупцю як результат погодження умов контракту за телефоном, електронною поштою або на основі попередніх домовленостей;
- ✓ Надіслати потенційним покупцям інформаційні матеріали про продукт.

У переговорний період зазвичай складається проєкт договору купівлі-продажу у якому враховується фактична домовленість, досягнута сторонами. Проєкт контракту складається однією зі сторін та ретельно вивчається іншою. Узгодження умов ведеться доти, доки не буде досягнуто домовленості за всіма умовами договору. Після цього виробляється остаточний текст договору.

Пропозицію укласти договір (оферту) може зробити кожна із сторін майбутнього договору. Пропозиція про укладення договору, адресована одній чи кільком конкретним особам, є **офертою**, якщо вона досить виразна (містить істотні умови договору) й висловлює намір оферента (особи, яка її зробила) вважати себе зобов'язаним у разі її прийняття (акцепту). Пропозиція є достатньо виразною, якщо в ній зазначено ***товар та безпосередньо чи опосередковано встановлюються його кількість і вартість або передбачено порядок їх визначення.***

Під **офертою** у комерційній практиці розуміють письмову пропозицію , спрямовану можливому покупцю, про продаж партії товару на певних визначених продавцем умовах. Пропозиція, адресована невизначеному колу осіб, у комерційній практиці розглядається не як оферта, а як запрошення прийняти оферту. Оферта зазвичай містить відомості про:

- найменування товару,
- кількість,
- якість,
- ціну,
- умови поставки,
- строк поставки,
- умови платежу,

- характер тари й пакування,
- порядок прийому-передачі,
- загальні умови поставки.

У міжнародній торговельній практиці розрізняють два види оферти: **тверда оферта й вільна оферта**. На оферті повинен бути зроблений відповідний *напис* про її вид.

Тверда оферта - письмова пропозиція на продаж певної партії товару, надіслана оферентом одному можливному покупцеві, із вказівкою строку, протягом якого продавець є зобов'язаним наданою пропозицією й не може зробити аналогічну пропозицію іншому покупцеві. Якщо покупець погоджується з усіма умовами оферти, він посилає продавцеві письмове підтвердження, яке містить *беззастережний акцепт*, тобто згоду прийняти без змін всі умови твердої оферти продавця.

Якщо покупець не згідний з одним або декількома умовами оферти, він посилає продавцеві *контроферту*, із зазначенням своїх умов і строку для відповіді. Відповідь, яка містить додаткові або відмінні умови, що однак не змінюють істотно умов пропозиції, визнається акцептом, якщо тільки оферент без поважної затримки відповіді не заперечить проти цих розбіжностей. Якщо він цього не зробить, то умовами договору будуть визнані умови пропозиції зі змінами, що містяться в акцепті. Умовами, по відношенню до яких будь-яке доповнення або зміни вважаються такими, що істотно змінюють пропозицію, є: *ціна, кількість, якість, місце й строк поставки, обсяг відповідальності сторін, порядок вирішення суперечок*.

Якщо продавець згідний з усіма умовами контроферти, він її акцептує й письмово повідомляє про це покупця. Якщо продавець не згідний з умовами контроферти, він або вважає себе вільним від своїх зобов'язань по оферті, про що письмово сповіщає покупця, або посилає йому нову оферту з переліком запропонованих покупцем умов або абсолютно нових умов, відмінних від запропонованих покупцем у його контроферті.

Неотримання відповіді від покупця протягом установленого в оферті строку рівнозначно відмові покупця від укладання угоди на запропонованих умовах і звільняє продавця від зробленої їм пропозиції. Тому, перш ніж послати тверду письмову пропозицію покупцеві, продавець часто погоджує з ним заздалегідь окремі умови майбутньої угоди.

Тверда оферта може виступати як *«перша оферта»* у тих випадках, коли покупцем є фірма, що володіє переважним правом закупівлі або збуту запропонованого товару на даному ринку, т. зв **право «першої руки»**. У цьому випадку продавець зобов'язаний послати пропозицію на продаж кожної нової партії товару на певних умовах тільки даному покупцеві й лише при відмові покупця купити товар на запропонованих умовах, може зробити пропозиції іншим покупцям на тих же умовах. Якщо ж і інші покупці відмовляться від покупки товару на цих умовах і продавець вирішить змінити їх, він зобов'язаний послати нову змінену пропозицію, тобто «першу оферту», покупцеві, з яким у нього є попередня домовленість.

Вільна оферта звичайно робиться одночасно на ту саму партію декільком можливим покупцям. Вона не встановлює строк для відповіді й тому не зв'язує оферента даною пропозицією. Згода покупця з умовами, викладеними в такий оферті, підтверджується твердою контрофертою. Після підтвердження контроферти продавцем (акцепту) угода вважається укладеною. Продавець акцептує контроферту того покупця, яку він раніше одержав, або покупця, з яким він більше хотів би укласти угоду. Покупець не вправі висувати будь-які претензії продавцеві, якщо продавець укладе угоду не з ним, а з іншим контрагентом.

Вільна оферта менш зручна для покупця, тому що не дає йому впевненості в тому, що, пославши контроферту, він стане власником товару, оскільки час для вигідної закупівлі товару в іншому місці може бути втрачено. У сучасних умовах вільна оферта використовується досить рідко. Продавці, як правило, не орієнтуються на вільний ринок, їхня виробнича діяльність передбачає задоволення конкретного попиту.

Поки договір не укладений, *пропозиція може бути відкликана продавцем* у тому випадку, якщо повідомлення про відкликання буде отримано адресатом пропозиції (покупцем) до відправлення їм акцепту, тобто своєї письмової згоди з умовами оферти. Виключення становлять два випадки:

- ✓ коли в пропозиції зазначено, що вона є **безвідкличною**, в т.ч. шляхом установлення певного строку для акцепту або іншим способом;
- ✓ коли для адресата (покупця) було б **доцільним вважати пропозицію безвідкличною** і діяти відповідно за умов попередньої письмової домовленості із продавцем.

Акцепт на загальних умовах набуває чинності в момент, коли згода покупця отримана оферентом. При цьому згоду з отриманою офертою покупець може виразити шляхом здійснення конклюдентних дій, якщо це передбачено офертою, або застосовується сторонами відповідно до практики, що склалася в їхніх взаємних відносинах, або впливає з загального торговельного порядку та практики.

Конклюдентні дії можуть, зокрема, виражатися у відправленні товару або сплаті ціни. Акцепт у цих випадках набуває чинності в момент здійснення такої дії за умови, що воно мало місце в межах терміну дії оферти.

Іноді оферта має на меті не здійснення фактичного продажу товару, а використовується для прихованого розподілу ринків між членами монополістичних об'єднань. У практиці міжнародної торгівлі така оферта одержала назву *захисної*.

Зміст її в наступному: якщо член монополістичного об'єднання одержить запит про надання йому оферти від покупця, що здійснює свою діяльність на території, закріпленої за іншим членом цього об'єднання, то він надішле такому покупцеві явно не вигідну для нього пропозицію - спеціально завищені ціни, триваліші строки поставки, щоб направити покупця до того члена об'єднання, що обслуговує даний ринок. Члени картелю взаємно інформують один одного про всі отримані запити з інших ринків для вживання необхідних заходів, щоб гарантовано не втратити клієнта.

Правила, що стосуються вимог до обов'язковості оферти різняться в залежності від юрисдикції. Існує два основні підходи:

- ✓ **Скандинавський принцип обов'язкової оферти** (оферта у письмовому вигляді носить обов'язковий характер, навіть якщо в її тексті про це не йдеться);
- ✓ **Англійська доктрина зустрічного задоволення** (оферта не є обов'язковою, якщо тільки не було надано акцепту).

«Правило дзеркального відбиття» – ідеальна ситуація коли акцепт відповідає оферті. На практиці переговори відбуваються поетапно тому акцепт починає включати доповнення і інші зміни, які розглядаються як відхилення оферти та зустрічна оферта.

Публічний договір регулює правовідносини підприємця, який пропонує товари/послуги/роботи та клієнтів, які бажають скористатися пропозицією такого підприємця. Він розміщується на сайті компанії та дає можливість встановити права та обов'язки сторін, врегулювати аспекти відповідальності, описати умови та правила надання послуг, виконання робіт чи здійснення купівлі-продажу товарів тощо. Споживач у такому варіанті отримує інформацію про особу, яка надає йому послуги, щоб мати змогу заявити вимоги до неї у випадку порушення прав та отримати відповідний захист.

Публічна оферта повинна містити інформацію про продавця та засоби зв'язку з ним, пропонований до продажу товару або послуги, які надає підприємець, порядок обміну/повернення, гарантії, способи доставки та оплати, інформація щодо включення податків у розрахунок вартості товару, роботи, послуги тощо. Якщо діяльність підприємця підлягає ліцензуванню, необхідно вказати відомості про ліцензію. Підприємець не має права відмовитися від укладення публічного договору за наявності у нього можливостей надання споживачеві відповідних товарів (робіт, послуг). При цьому не допускається встановлення будь-яких переваг чи обмежень певним споживачам.

Зазвичай, електронна комерція передбачає укладення **публічного договору (публічної оферти) шляхом використання сайту**. Підтвердження згоди з

умовами відбувається здійснення певних дій на сайті: натисканням кнопок або переходом по посиланнях, введенням коду ідентифікації, підтвердженням покупки тощо. При цьому в самому договорі має бути встановлено, що «здійснюючи цю дію, споживач погоджується із запропонованими умовами».

Підприємець має забезпечити розміщення публічного договору на сайті та надати простий і безперешкодний доступ до нього. Зазвичай посилання на нього можна знайти внизу головної сторінки сайту. При цьому інформація має бути викладеною для споживачів у простій та зрозумілій формі. Проте сторони також можуть власноруч підписати друкований варіант публічного договору. А деякі сфери бізнесу передбачають обов'язкове підписання письмових варіантів договору.

Основною відмінною ознакою **договору приєднання** є те, що інша сторона не має можливості змінювати його умови, а може лише приєднатися до запропонованих положень в цілому. Винятком може бути можливість однієї сторони обрати асортимент товару/робіт/послуг, які будуть надані відповідно до такого договору. Водночас, умови мають відповідати вимогам законодавства, інакше друга сторона матиме можливість змінити незаконні умови або розірвати договір в цілому.

Договір приєднання найчастіше використовується у такій діяльності, як надання комунальних послуг, прокат, перевезення, зберігання тощо. Фактично публічний договір можливо укласти як договір приєднання, оскільки зазвичай споживач не має змоги змінити певні умови договору, наприклад, купуючи в інтернет-магазині.

Іншим широко поширеним способом підготовки договору міжнародної купівлі-продажу є **вивчення умов замовлення**, отриманого від покупця, або підтвердження його та прийняття до виконання, або відхилення можливе без пояснення причин.

Якщо ініціатива вступу у переговори походить від покупця, його звернення до продавця прийнято називати **запитом**. Комерційний запит, звернення потенційного покупця до продавця, що містить прохання запропонувати певний

товар. *Запит* є документом, який видається стороною, зацікавленою в покупці зазначених у ньому товарів, уточнює деякі бажані умови поставки і адресується майбутньому постачальнику з метою одержання пропозиції. *Лист про наміри* - документ, за допомогою якого покупець інформує продавця про прийняття пропозиції в цілому та зазначає про намір почати переговори щодо укладання контракту.

Замовлення - документ, за допомогою якого покупець вступає із продавцем в угоду, що припускає поставку визначених товарів відповідно до умов, викладених в пропозиції або повідомлених покупцеві будь-яким іншим способом. Такий документ може містити:

- *інструкцію з поставки* - документ, виданий покупцем, що містить інструкції експедиторові відносно умов поставки замовлених товарів;
- *інструкцію з пакування* - містить дані щодо кількості й розмірів поставок та вимог, які ставляться до даної поставки: найменування, адреса, номер телефону експедитора, вартість транспортування, найменування перевізника.

Тендерна документація - пакет документів, що надається організатором тендеру (замовником) потенційним учасникам (постачальникам), набір документів, що додаються до оголошення тендеру та містять умови участі у ньому. І постачальники, і замовники мають чітко дотримуватися зазначених у даних документах правил та вимог. Текст тендерної документації у публічних закупівлях складається відповідно до чинного законодавства у сфері закупівель.

Державний замовник надає тендерну документацію у більшості видів публічних електронних тендерів: допорогових/спрощених, відкритих торгах, закупівлях за рамковою процедурою тощо. Від того, наскільки детально та якісно буде підготовлена документація, залежить успішність тендеру. *Комерційні закупівлі* не регламентуються законодавчо, але їхні замовники також зацікавлені у наданні якісної тендерної документації, оскільки від цього залежить кількість потенційних учасників та успішність торгів.

Текст тендерної документації має містити таку інформацію:

- Умови майбутньої угоди або проект угоди, що буде укладена з переможцем закупівлі.
- Порядок підготовки та подачі постачальниками тендерної пропозиції. Зокрема перелік документів, необхідних для участі в даному тендері. Порядок має відповідати чинному законодавству та не містити дискримінаційних вимог.
- Вимоги до предмета закупівлі: перелік найменувань, графік поставки та обсяг необхідних товарів, послуг чи робіт. Також зазначаються посилання на стандарти якості, технічні умови тощо.
- Порядок надання банківської гарантії (якщо така вимагається), заповнення форм документів і т.д.

За бажанням, замовник може зазначати будь-яку інформацію, яка дозволить постачальнику краще зрозуміти умови участі в онлайн-торгах. ***Перелік документів, необхідних для участі в тендері*** є дуже індивідуальним та встановлюється окремо в кожному випадку. Проте, такі документи можна умовно поділити на декілька типів:

- загальні документи про здійснення господарської діяльності (наприклад, виписка з ЄДРПОУ, витяг з реєстру платників податків, Статут та інше);
- документи на підтвердження кваліфікаційних критеріїв (наприклад, надання штатного розпису, довідку про наявність матеріально-технічної бази, надання копії аналогічного договору та інше);
- документи на підтвердження відповідності предмета закупівлі технічним вимогам, встановленим замовником (наприклад, кошторисна документація, висновки санітарно-епідеміологічної експертизи та інше);
- забезпечення тендерної пропозиції (банківська або страхова електронна гарантія);
- інші документи на підтвердження вимог, встановлених замовником.

Відповідно до пункту 11 частини першої статті 9 Закону України «Про публічні закупівлі» та з метою забезпечення формування уніфікованих вимог щодо підготовки замовниками тендерної документації в електронній системі закупівель Міністерство економіки України підготувало **примірну тендерну документацію** для відкритих торгів, що затверджена відповідним наказом від 06.12.2024 № 27593.

Ця Примірна тендерна документація має рекомендаційний характер та може застосовуватись як зразок для замовників. У ній зазначається інформація, визначена статтею 22 Закону України «Про публічні закупівлі», з урахуванням особливостей закупівель на період дії воєнного стану в Україні та протягом 90 днів з дня його припинення. Інформація оформлюється у вигляді таблиці, що складається із трьох граф, та подається замовником разом з додатками, посилання на які містяться в тексті цієї Примірної тендерної документації. У графі “1” зазначається нумерація, у графі “2” – перелік складових тендерної документації, у графі “3” – вимоги щодо їх заповнення. Зміст кожного розділу тендерної документації визначається замовником з урахуванням вимог законодавства.

Ознайомитись з Примірною тендерною документацією можна на сайті Міністерства економіки України⁸. Примірна тендерна документація містить 6 розділів:

Розділ 1. Загальні положення: терміни, які вживаються в тендерній документації, інформація про замовника торгів, повне найменування, місцезнаходження, посадова особа замовника, уповноважена здійснювати зв'язок з учасниками, процедура закупівлі, інформація про предмет закупівлі, назва предмета закупівлі, опис окремої частини (частин) предмета закупівлі (лота), щодо якої можуть бути подані тендерні пропозиції, місце, кількість, обсяг поставки товарів (надання послуг, виконання робіт), строк поставки товарів (надання послуг, виконання робіт), недискримінація учасників, інформація про валюту, у якій повинно бути розраховано та зазначено ціну

⁸ <https://me.gov.ua/LegislativeActs/Detail/5839681f-d88c-4571-90c8-5f66dcc01103?lang=uk-UA>

тендерної пропозиції, інформація про мову (мови), якою (якими) повинно бути складено тендерні пропозиції, розмір мінімального кроку пониження ціни під час електронного аукціону.

Розділ 2. Порядок унесення змін та надання роз'яснень до тендерної документації: процедура надання роз'яснень щодо тендерної документації, внесення змін до тендерної документації.

Розділ 3. Інструкція з підготовки тендерної пропозиції: зміст і спосіб подання тендерної пропозиції, забезпечення тендерної пропозиції, умови повернення чи неповернення забезпечення тендерної пропозиції, строк, протягом якого тендерні пропозиції є дійсними, кваліфікаційні критерії до учасників та вимоги, встановлені статтею 16 та 17 Закону, інформація про технічні, якісні та кількісні характеристики предмета закупівлі, інформація про субпідрядника (у випадку закупівлі робіт), внесення змін або відкликання тендерної пропозиції учасником.

Розділ 4. Подання та розкриття тендерної пропозиції: кінцевий строк подання тендерної пропозиції, дата та час розкриття тендерної пропозиції.

Розділ 5. Оцінка тендерної пропозиції: перелік критеріїв та методика оцінки тендерної пропозиції із зазначенням питомої ваги критерію, інша інформація, відхилення тендерних пропозицій.

Розділ 6. Результати торгів та укладання договору про закупівлю: відміна замовником торгів чи визнання їх такими, що не відбулися, строк укладання договору, проект договору про закупівлю, істотні умови, що обов'язково включаються до договору про закупівлю, дії замовника при відмові переможця торгів підписати договір про закупівлю, забезпечення виконання договору про закупівлю.

Документ також містить 7 Додатків:

- Форма «Тендерна пропозиція», форма що подається учасником на тендерному бланку. Форма містить загальні відомості про компанію та загальні характеристики товару.

- Кваліфікаційні критерії до учасника відповідно до статті 16 Закону та спосіб їх документального підтвердження. Це деталізуються дані про наявність обладнання та матеріально-технічної бази, працівників та документально підтвердженого досвіду виконання аналогічних договорів.
- Документальне підтвердження відсутності обставин для відмови в участі у процедурі закупівлі, передбачених статтею 17 Закону, де містяться ряд довідок, які має надати підприємство.
- Технічні вимоги до товару з відповідною специфікацією.
- Проект договору на закупівлю.
- Форма «Пояснювальна записка».
- Відомості про виконання аналогічних договорів щодо предмету закупівлі.

Конкурентний лист – документ, що використовується у внутрішньому документообігу компанії та відображає консолідовані комерційні дані. Це не просто формальний документ, а ефективний інструмент, який регулює регіональні і міжнародні торговельні відносини, так як він відображає об'єктивну вартість товарів / послуг конкретного підрядника або постачальника. Дані конкурентного листа використовують в комерційних відносинах багато служб.

Конкурентний лист виконується у форматі таблиці. У ній експортер відображає інформацію про економічні, технічні характеристики товарів (послуг) конкурентів, умови збуту, дані про якість, ціни і інші об'єктивні показники. Ключова мета подібної таблиці – порівняння комерційних пропозицій конкурентів в конкретному сегменті економіки. На підставі порівняння відбувається ціноутворення. До інших цілей складання конкурентного листа відносять:

- Об'єктивну оцінку доцільності закупівлі;
- Виявлення оптимального постачальника (за цінами і умовами продажу);

- Оптимізацію первинних вимог до експортера;
- Розробку тактики ведення подальших переговорів.

Фактично конкурентний лист задовольняє цілі як продавця – допомагає встановити об'єктивну вартість продукції, так і покупця – допомагає визначити конкурентоспроможність постачальника. Всі дані документа наводяться на основі формули перерахунку до єдиних умов, потім вони зіставляються з світовим базисом.

При отриманні конкретних комерційних пропозицій в документ заноситься наступна інформація:

- вартість;
- базисний обсяг поставки;
- умови платежу;
- гарантії;
- терміни поставки і введення продукції в експлуатацію;
- ціни обслуговування;
- продуктивність;
- обсяг видатків за ПДВ і митні послуги.

Крім базисних характеристик, в таблицю можна вносити поправки:

- про серійність продукції;
- уточнення про розміри і комплектації товарів;
- уточнення про якість, потужності, продуктивності, специфіці експлуатації продукту;
- дані про альтернативні методи оплати (розстрочка, кредит, лізинг і т.д.).

ТЕМА 3. ІСТОТНІ УМОВИ КОНТРАКТУ МІЖНАРОДНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

Контракт міжнародної купівлі-продажу - один із найбільш поширених видів контрактів у зовнішньоекономічній діяльності, що регулює умови продажу товарів за кордон. Це договір поставки товару, погоджений і підписаний експортером та імпортером. Обов'язковою умовою такого контракту є перехід права власності на товар від продавця до покупця. Цією умовою він відрізняється від усіх інших видів договорів. Такі контракти можуть бути разові, або передбачати періодичні поставки і бути коротко-, середньо- та довгострокові.

Найпростіший контракт купівлі-продажу містить наступні основні умови: обсяг поставки (найменування й кількість товару), способи визначення якості товару, базисні умови поставки, ціна і загальну вартість поставки, умови платежу, порядок прийому-передачі товару, гарантії й санкції, положення про арбітраж, форс мажор, юридичні адреси сторін, підписи продавця й покупця.

У контракт звичайно вносяться також положення, які є обов'язковими для продавця й покупця, зокрема по наступних важливих питаннях:

- порядок обчислення збитків, відшкодування яких може вимагатися при порушенні зобов'язань однієї зі сторін;
- право на одержання відсотків при простроченні платежу;
- принцип звільнення від відповідальності;
- наслідки розірвання договору;
- право на призупинення виконання;
- обов'язок щодо збереження товару, що перебуває на зберіганні у іншої сторони.

3.1. Преамбула та предмет зовнішньоекономічного договору

Преамбула у зовнішньоекономічному договорі (ЗЕД-контракті) є вступною частиною, яка відіграє важливу роль у визначенні контексту та цілей угоди.

Вона не містить конкретних зобов'язань сторін, але надає інформацію, необхідну для розуміння договору. Преамбула допомагає встановити контекст договору та визначити наміри сторін, може використовуватися для тлумачення положень договору в разі виникнення спорів. Преамбула є важливою частиною договору, яка відображає волю сторін та їхнє прагнення до співпраці.

Преамбула передує тексту договору. В ній зазначаються повні юридичні назви сторін, їхні адреси, реєстраційні дані та інші необхідні відомості, коротко описується мета укладення договору та основні напрямки співпраці, зазначаються правові підстави для укладення договору, такі як законодавство країн сторін, міжнародні договори або звичаї міжнародної торгівлі, висловлюється взаємна зацікавленість сторін у співпраці та їхнє прагнення до виконання умов договору. Іноді в преамбулі робиться посилання на попередній підписаний контракт або попередні переговори із зазначенням місця й часу їхнього проведення.

Предмет зовнішньоекономічного контракту - чітко визначені товари, послуги або роботи, які є об'єктом угоди між сторонами, що знаходяться в різних країнах. Це ключовий елемент договору, який визначає, що саме є предметом міжнародної торгівлі. У цьому розділі визначається, який товар (роботи, послуги) один з контрагентів зобов'язаний поставити (здійснити) іншому із зазначенням точного найменування, марки, сорту або кінцевого результату виконуваної роботи.

У разі бартерного (товарообмінного) договору (контракту) або контракту на переробку давальницької сировини зазначається також точне найменування (марка, сорт) зустрічних поставок (чи найменування товару, що є кінцевою метою переробки давальницької сировини).

Якщо товар (робота, послуга) вимагає детальнішої характеристики або номенклатури товарів (робіт, послуг), то усе це вказується в додатку (специфікації), який повинен бути невід'ємною частиною договору (контракту), про що робиться відповідна відмітка в тексті договору (контракту).

Чітке визначення предмету контракту допомагає уникнути непорозумінь та спорів між сторонами. Воно забезпечує чітке розуміння зобов'язань кожної сторони. Це є основою для визначення ціни, умов оплати та інших важливих умов контракту.

3.2. Умова кількості в ЗЕД-контракті

У контракті, особливо у зовнішньоекономічному, важливо чітко визначити кількість товару або обсяг послуг/робіт, які є предметом угоди. При визначенні кількості товару в контракті купівлі-продажу встановлюються:

- ✓ одиниці виміру;
- ✓ точна кількість;
- ✓ допустимі відхилення;
- ✓ умови щодо зміни кількості;
- ✓ порядок приймання-передачі товару/послуг/робіт, включаючи процедуру перевірки кількості.

Основні одиниці виміру, які можуть використовуватися в контракті:

- *Штуки (шт.)*. Використовується для одиничних товарів (наприклад, автомобілі, комп'ютери, меблі).
- *Кілограми (кг)*. Використовується для товарів, що вимірюються вагою (наприклад, сировина, продукти харчування).
- *Метри (м)*. Використовується для товарів, що вимірюються довжиною (наприклад, тканини, кабелі, труби).
- *Літри (л)*. Використовується для товарів, що вимірюються об'ємом (наприклад, рідини, паливо).
- *Тонни (т)*. Використовується для великих об'ємів товарів (наприклад, вугілля, руда, зерно).
- *Квадратні метри (м²)*. Використовується для матеріалів, що вимірюються площею (наприклад, плитка, килими).

- *Кубічні метри (м³)*. Використовується для матеріалів, що вимірюються об'ємом (наприклад, деревина, будівельні матеріали).
- *Години (год)*. Використовується для послуг, що вимірюються часом (наприклад, консультаційні послуги, оренда обладнання).
- *Роботи (роб)*. Використовується для послуг, що вимірюються обсягом виконаних робіт (наприклад, будівельні роботи, ремонтні роботи).

Міжнародна комерційна практика передбачає певні методи встановлення умови кількості для різних товарів. Зокрема:

- ✓ для зернових, каучуку, цукру, вугілля, руди, кольорових металів звичайно вживаються міри ваги;
- ✓ для лісоматеріалів - міри довжини (м) і міри об'єму (куб. м);
- ✓ для нафтопродуктів застосовуються як міри ваги, так і міри об'єму;
- ✓ для бавовни - вага, але розмір товарних поставок виражається кількістю одиниць певної середньої ваги;
- ✓ для машин й устаткування, одягу, книг, годинників - кількість встановлюється звичайно в штуках, а розмір поставок визначається числом штук, що входять у ту або іншу партію;
- ✓ для деяких інших товарів (ртуть, сірники, кава) - кількість товару, що перебуває в певному упакуванні - сулії, коробці, мішку, пачці.

Порядок встановлення кількості. Кількість товару, що підлягає поставці, може визначатися або твердо фіксованою цифрою, або у встановлених межах. Іноді твердо фіксована кількість супроводжується застереженням, що надає право продавцю або покупцю закупити на тих же (або інших) умовах у той же (або інший) строк додаткову кількість товару із вказівкою періоду, протягом якого одна сторона повинна повідомити іншу про намір скористатися своїм правом. Це так зване «*опціональне застереження*».

У контрактах купівлі-продажу на сировинні й продовольчі товари, що поставляються насипом або наливом, позначення кількості звичайно доповнюється застереженням, що допускає відхилення фактичної кількості, від

обумовленої в контракті. Це застереження називається застереженням **«біля або app»** і може бути виражене одним з наступних способів:

- ✓ перед цифрою, що визначає кількість товару, ставиться слово «біля»;
- ✓ після цифри, що визначає кількість, ставляться слова «більше або менше на ... %»;
- ✓ після цифри, що визначає кількість товару, ставиться « $\pm$... %».

Застереження «біля» звичайно застосовується при морських перевезеннях вантажів. У цьому випадку сторони враховують, що фрахтування судна необхідного тоннажу й поставка точно передбаченої в контракті кількості можуть виявитися складним завданням. Застереження «біля» дає можливість продавцеві найбільш повно використовувати вантажомісткість судна й не оплачувати так званий «мертвий фрахт», тобто фрахт за невикористаний простір судна.

В контракті ЗЕД важливо чітко прописувати актуальну **систему мір і ваг**. Це необхідно тому, що в деяких країнах використовуються відмінні від загальноприйнятих системи мір і ваг. Так, країни Західної Європи, Центральної й Латинської Америки, більшість країн Африки й Південно-Східної Азії дотримуються **метричної системи**, але застосовують також і національні системи. США, наприклад, застосовують **американську систему**, а також з деякими змінами й метричну систему.

У тих випадках, коли сторонами контракту виступають фірми країн, що дотримуються різних систем мір, щоб уникнути непорозумінь **кількість вказується в обох системах**. Однакові по найменуванню одиниці виміру (наприклад, бушель, стос, мішок, бочка) у різних країнах містять зовсім різні кількості товару. Тому при позначенні кількості в одиницях, що мають неоднакове значення в різних країнах, звичайно вказується його еквівалент у метричній системі мір.

У контракті купівлі-продажу обмовляється також, **чи включається тара й пакування в вагову кількість товару, що поставляється**. Залежно від цього розрізняють:

- ✓ *вага брутто* - вага товару разом із внутрішнім і зовнішнім пакуванням, включаючи пакувальні матеріали;
- ✓ *вага легального нетто* - вага товару без будь-якого пакування;
- ✓ *вага брутто за нетто* - вага товару з тарою, коли вартість тари прирівнюється до вартості товару (коли вага тари становить не більше 1-2% ваги товару і коли ціна тари мало відрізняється від ціни такої ж вагової одиниці товару – наприклад мішки, поліетиленові пакети). У цьому випадку вагою тари як би нехтують і брутто приймається за нетто.

3.3. Умова якості в зовнішньоекономічному договорі

Умова якості в зовнішньоекономічному договорі є надзвичайно важливим елементом, оскільки вона визначає вимоги до якості товару, послуги або роботи, що є предметом угоди. Визначення якості товару в контракті купівлі-продажу припускає встановлення якісної характеристики, тобто сукупності властивостей, що визначають придатність товару для використання його за призначенням. Вибір способу визначення якості залежить від характеру товару, практики, що склалася в міжнародній торгівлі даним товаром, і інших умов.

При визначенні якості товару в контракті купівлі-продажу визначається:

- ✓ детальний опис якості;
- ✓ відповідність стандартам;
- ✓ зразки та еталони;
- ✓ гарантії якості;
- ✓ способи контролю якості;
- ✓ порядок приймання-передачі товару/послуги/роботи, включаючи процедуру перевірки якості.

Існують різні способи визначення якості товару. Основні з них – наступні.

1. **По стандарту.** Цей спосіб припускає поставку товару по якості, яка точно відповідає певному стандарту. **Стандарт** — це документ, у якому

дається якісна характеристика товару. У зарубіжних країнах стандарти розробляються різними урядовими організаціями (так звані національні стандарти), союзами підприємців, науково-технічними асоціаціями й інститутами, страховими компаніями й ін.

Наявність стандартів значно полегшує встановлення якості товару до контрактах купівлі-продажу на товари, що мають як певні відмінні ознаки, так і є на уніфікованим. У цьому випадку в контракті досить ***послатися на номер і дату стандарту й указати організацію, яка його розробила***. По стандарту визначається якість переважної більшості товарів, що обертаються в міжнародній торгівлі, зокрема машини і устаткування, чорні метали, зернові, каучук, бавовну.

Міжнародні стандарти ISO (Міжнародна організація зі стандартизації) - набір добровільних стандартів, які розробляються та публікуються незалежною, неурядовою міжнародною організацією, що складається з членів національних органів стандартизації. Міжнародні стандарти ISO – документи, які визначають вимоги, специфікації, рекомендації або характеристики для забезпечення якості та ефективності продукції, послуг та систем. Ці стандарти розробляються за участю експертів з усього світу та підлягають регулярному оновленню з врахуванням технологічних та інноваційних змін.

Основні стандарти ISO:

- ✓ **ISO 9000:** Цей стандарт встановлює принципи управління якістю та системи управління якістю. Найпопулярніша в ньому частина - ISO 9001, яка визначає вимоги до системи управління якістю в організаціях.
- ✓ **ISO 14000:** Ці стандарти визначають принципи управління навколишнім середовищем та системи екологічного менеджменту. Вони допомагають організаціям зменшувати негативний вплив на довкілля та вдосконалювати екологічну ефективність.
- ✓ **ISO 45001:** Цей стандарт встановлює вимоги до систем управління безпекою та гігієною праці. Він допомагає організаціям забезпечити

безпеку та здоров'я працівників шляхом управління ризиками та вдосконаленням процесів безпеки праці.

Міжнародні стандарти ASTM International (American Society for Testing and Materials). ASTM International (Американське товариство з випробувань і матеріалів) - це міжнародна організація, яка розробляє та публікує добровільні технічні стандарти для широкого спектра матеріалів, продуктів, систем і послуг.

Стандарти ASTM не є обов'язковими для виконання, але їхнє використання може бути вимогою в контрактах, законодавстві або нормативних актах. Вони розробляються на основі консенсусу між зацікавленими сторонами, включаючи виробників, споживачів, урядові установи та науковців. Стандарти розробляються технічно компетентними експертами, які мають досвід у відповідній галузі та широко використовуються в усьому світі та визнаються багатьма країнами.

Основні стандарти ASTM використовуються в наступних галузях:

- ✓ Металургія: стандарти для сталі, алюмінію, міді та інших металів.
- ✓ Будівельні матеріали: стандарти для цементу, бетону, асфальту та інших будівельних матеріалів.
- ✓ Нафтогазова промисловість: стандарти для нафти, газу та нафтопродуктів.
- ✓ Хімічна промисловість: стандарти для хімічних речовин і матеріалів.
- ✓ Екологія: стандарти для оцінки якості повітря, води та ґрунту.
- ✓ Медицина: стандарти для медичних виробів та обладнання.
- ✓ Споживчі товари: стандарти для безпеки та якості споживчих товарів.

Деякі з популярних стандартів ASTM включають:

- *ASTM A36* (стандарт для конструкційної сталі),
- *ASTM D790* (стандарт для випробувань на згин пластиків),
- *ASTM E18* (стандарт для випробувань на механічні властивості металів),
- *ASTM C150* (вимоги до портландцементу),
- *ASTM D975* (стандарт для дизельного палива),

- *ASTM F963* (стандарт безпеки іграшок).

Стандарти DIN (Deutsches Institut für Normung - Німецький інститут стандартизації). DIN є членом Міжнародної організації зі стандартизації (ISO). Стандарти DIN це німецькі національні стандарти, які розробляються для використання в Німеччині та охоплюють широкий спектр галузей, включаючи машинобудування, електротехніку, будівництво, хімічну промисловість та багато інших. Стандарти DIN відомі своєю високою якістю та точністю. Багато стандартів DIN були прийняті як міжнародні стандарти ISO або європейські стандарти EN.

Деякі з найпоширеніших стандартів DIN:

- *DIN EN серія*: ці стандарти визначають вимоги до продукції та процесів у різних галузях, враховуючи європейські та інтернаціональні вимоги.
- *DIN 476 серія*: стандарти, пов'язані з папером та форматами паперу, включаючи відомий DIN A4, який широко використовується для стандартних документів.
- *DIN 912*: стандарт для болтів з головками і шестигранными головками.
- *DIN 931 i DIN 933*: стандарти для шестигранных болтів з неповною і повною різьбою відповідно.
- *DIN 2391*: стандарт для труб із холоднокатаної сталі з гарантованими характеристиками механічної міцності та високою точністю розмірів.

Стандарти ANSI. ANSI (American National Standards Institute) - некомерційна організація, яка розробляє та публікує добровільні стандарти для широкого спектра галузей у США. Хоча ANSI є американською організацією, її стандарти часто використовуються в усьому світі. ANSI не розробляє стандарти безпосередньо, а координує роботу інших організацій, таких як ASTM International та IEEE та затверджує стандарти, розроблені іншими організаціями, як американські національні стандарти (ANS). ANSI представляє

інтереси США в міжнародних організаціях зі стандартизації, таких як ISO та ІЕС.

Основні галузі застосування стандартів ANSI:

- ✓ Інформаційні технології: стандарти для кодування символів (ASCII), мов програмування (ANSI C) та графіки.
- ✓ Електротехніка: стандарти для електротехнічних пристроїв та обладнання.
- ✓ Будівництво: стандарти для будівельних матеріалів та конструкцій.
- ✓ Охорона праці: стандарти для безпеки на робочому місці.

Деякі з найпоширеніших стандартів ANSI:

- *ANSI/ASME B16 серія*: розміри та специфікації фланців, трійників, кривих, з'єднань трубопроводів та інших деталей для трубопровідної промисловості.
- *ANSI/IEEE 802 серія*: технічні вимоги для мереж Ethernet, включаючи Wi-Fi, LAN та інші технології зв'язку.
- *ANSI/ISO 9000 серія*: стандарти управління якістю, розроблені разом з ISO, які визначають принципи системи управління якістю.
- *ANSI/AISC 360*: вимоги до конструкційної сталі, включаючи дизайн, зварювання та з'єднання.
- *ANSI/NFPA 70 (NEC)*: електричні вимоги та безпекові стандарти для електричних систем.

Сертифікаційні стандарти — це нормативні документи, які визначають вимоги до продукції, послуг, процесів або систем управління, що підлягають сертифікації. Вони використовуються для підтвердження відповідності об'єкта сертифікації встановленим вимогам. Сертифікаційні стандарти встановлюють вимоги для отримання сертифікату або декларації відповідності.

Серед сертифікаційних стандартів варто виокремити наступні:

- *CE*: Сертифікація Європейського Союзу, яка підтверджує відповідність продукції європейським стандартам безпеки та іншим вимогам.

- *UL (Underwriters Laboratories)*: Сертифікація, що забезпечує безпеку та якість продукції в США та інших країнах.
- *FSC (Forest Stewardship Council)*: Сертифікація, яка підтверджує, що деревина або продукти з деревини вироблені з урахуванням принципів сталого лісового господарства.
- *ДСТУ (Державні стандарти України)*: національні стандарти, які розробляються та затверджуються в Україні для забезпечення якості продукції, послуг та процесів.

2. За технічними умовами. Встановлення якості за технічними умовами - це процес, який передбачає перевірку відповідності продукції, послуг або процесів вимогам, зазначеним у технічних умовах. Цей спосіб використовується в разі якщо міжнародні стандарти якості по даному товару є відсутніми, або коли необхідне встановлення спеціальних вимог якості товару (через експлуатаційні особливості).

Технічні умови містять докладну технічну характеристику товару, опис матеріалів, з яких він повинен виготовлятися, правила й методи перевірки й тестування. Технічні умови звичайно визначають якість товарів, вироблених на основі індивідуальних замовлень. Можуть використовуватись зокрема:

- на унікальне устаткування,
- складне промислове устаткування й апаратуру,
- судна та ін.

Технічні умови наводяться або в самому тексті контракту, або в додатку до нього.

Основні етапи встановлення якості за технічними умовами:

- Аналіз технічних умов: ретельне вивчення технічних умов для визначення вимог до якості, визначення методів контролю та випробувань, необхідних для перевірки відповідності.
- Вибір методів контролю та випробувань: вибір методів, які забезпечують об'єктивну та точну оцінку якості, використання стандартних методів контролю та випробувань, якщо це можливо.

- Проведення контролю та випробувань: проведення контролю та випробувань згідно з методами, визначеними в технічних умовах, фіксація результатів контролю та випробувань у протоколах.
- Оцінка результатів: порівняння результатів контролю та випробувань з вимогами, зазначеними в технічних умовах, визначення відповідності або невідповідності об'єкта сертифікації вимогам технічних умов.
- Оформлення результатів: складання звіту про результати контролю та випробувань, видача сертифіката відповідності, якщо об'єкт сертифікації відповідає вимогам технічних умов.

Методи контролю та випробувань, які можуть використовуватися для встановлення якості за технічними умовами:

- *Візуальний контроль*: перевірка зовнішнього вигляду об'єкта.
- *Вимірювальний контроль*: вимірювання параметрів об'єкта за допомогою вимірювальних приладів.
- *Лабораторні випробування*: випробування об'єкта в лабораторних умовах для визначення його фізичних, хімічних або механічних властивостей.
- *Функціональні випробування*: випробування об'єкта в умовах, наближених до реальних, для перевірки його працездатності.
- *Статистичний контроль*: використання статистичних методів для оцінки якості продукції.

3. **По специфікації, зазначеній в договорі.** Специфікація до договору - додаток до основного договору, який містить детальний опис товарів, послуг або робіт, що є предметом угоди. Вона уточнює та розширює умови, викладені в основному тексті договору.

Специфікація надає докладну інформацію про характеристики, кількість, якість, технічні вимоги та інші параметри товарів, послуг або робіт. Вона встановлює критерії якості, яким повинні відповідати товари, послуги або

роботи. Специфікація може містити інформацію про порядок виконання зобов'язань, строки, умови поставки, умови оплати та інші важливі деталі.

Специфікації можуть визначатися:

- експортерами,
- імпортерами,
- різними асоціаціями
- іншими організаціями - як національними, так і міжнародними.

В останньому випадку необхідно вказати організацію, що склала специфікацію, і привести основні показники цієї специфікації.

Специфікація повинна бути максимально чіткою та детальною, щоб уникнути неоднозначності. Контроль якості повинен проводитися об'єктивно, з використанням надійних методів. Результати контролю повинні бути належним чином задокументовані. У процесі контролю якості важлива взаємодія між сторонами для вирішення можливих питань.

4. **За зразком.** Встановлення якості за зразком — це метод оцінки відповідності товару або послуги вимогам, встановленим у договорі, шляхом порівняння з еталонним зразком. Цей метод часто використовується, коли важко або неможливо чітко описати всі необхідні характеристики в письмовому вигляді. В разі використання такого методу до зовнішньоекономічного контракту вноситься застереження щодо кількості відібраних зразків і порядку звіряння поставленого товару зі зразком. Прийнято відбирати три зразки:

- один зберігається в покупця,
- інший - у продавця,
- третій - у якої-небудь нейтральної організації, зазначеної в договорі (наприклад, Торговельна палата).

До основних етапів встановлення якості за зразком відносяться наступні:

- *Надання зразка.* Продавець або виконавець надає зразок товару або послуги, який відповідає вимогам договору. Зразок повинен бути чітко ідентифікований та описаний.

- *Перевірка зразка.* Покупець або замовник перевіряє зразок на відповідність вимогам договору. Перевірка може включати візуальний огляд, вимірювання, функціональні випробування та інші методи.
- *Порівняння зразка з товаром/послугою.* Товар або послуга, що поставляється, порівнюється з еталонним зразком. Порівняння проводиться за всіма характеристиками, зазначеними в договорі.
- *Оцінка відповідності.* Визначається, чи відповідає товар або послуга вимогам договору на основі порівняння з зразком. Результати оцінки оформлюються у вигляді акта або протоколу.
- *Приймання-передача.* Якщо товар або послуга відповідає вимогам, здійснюється приймання-передача. Якщо є невідповідності, сторони домовляються про способи їх усунення.

За контрактом зазвичай передбачається зберігання сторонами зразків протягом певного строку з дати надходження останньої партії товару. На практиці цей метод визначення якості зустрічається порівняно рідко, однак досить часто використовується для визначення якості товарів, які володіють індивідуальними ознаками, наприклад фрукти.

5. По попередньому огляду. Визначення якості за попереднім оглядом - це метод оцінки відповідності товару або послуги вимогам, встановленим у договорі, шляхом візуального огляду. Цей метод часто використовується, коли важко або неможливо чітко описати всі необхідні характеристики в письмовому вигляді або за допомогою інших методів контролю. Попередній огляд часто використовується для оцінки якості товарів, що продаються на аукціонах або зі складів. Він також може використовуватися для оцінки якості товарів з індивідуальними ознаками, наприклад фруктів.

Оцінка якості проводиться шляхом візуального огляду товару або послуги. Оглядаються зовнішній вигляд, колір, форма, розміри та інші візуальні характеристики. Оцінка якості може бути суб'єктивною, оскільки залежить від досвіду та кваліфікації оглядача. Для зменшення суб'єктивності необхідно

використовувати чіткі критерії оцінки. Попередній огляд є швидким методом оцінки якості. Він може використовуватися для швидкого виявлення явних дефектів. Попередній огляд не дозволяє оцінити внутрішні характеристики товару або послуги. Він не підходить для оцінки якості складних технічних виробів.

В контракті цей спосіб позначається виразом *«оглянуте - схвалене»*. Покупцю надається право оглянути всю партію товару у встановлений строк, продавець гарантує якість товару таким, яким його оглянув і схвалив покупець.

6. По вмісту окремих речовин у товарі. Визначення якості за вмістом окремих речовин у товарі — це метод оцінки, який передбачає аналіз хімічного складу товару для встановлення наявності та кількості певних речовин. Цей метод широко застосовується в різних галузях промисловості, особливо там, де точний хімічний склад має вирішальне значення для якості та безпеки продукції.

Для визначення вмісту речовин використовуються різні методи хімічного аналізу, такі як хроматографія, спектроскопія, титрування та інші. Вибір методу залежить від типу речовини, її концентрації та необхідної точності. Для оцінки якості встановлюються норми вмісту окремих речовин, які можуть бути визначені стандартами, технічними умовами або договором.

Норми можуть встановлювати мінімально допустимий вміст корисних речовин і максимально допустимий вміст шкідливих або небажаних домішок. Цей метод широко застосовується в харчовій промисловості для визначення вмісту вітамінів, мінералів, жирів, білків, цукру та інших речовин. Він також використовується в хімічній промисловості для контролю якості сировини та готової продукції, у фармацевтичній промисловості для визначення вмісту активних речовин у лікарських засобах та в інших галузях.

В контракті встановлюється мінімально припустимий вміст корисних речовин і максимально припустимий вміст небажаних елементів або домішок (у відсотках).

- у контрактах на метали й руди показником якості є вміст основної речовини й окремих домішок,
- у торгівлі цукром – вміст сахарози,
- у торгівлі олією - вміст масла й т.д.

7. **По виходу готового продукту.** Визначення якості за вмістом готового продукту - це процес оцінки, що ґрунтується на аналізі складу та властивостей кінцевого продукту. Цей метод застосовується в різних галузях, де важливо контролювати якість готової продукції, особливо в харчовій, фармацевтичній та хімічній промисловості.

Метод передбачає визначення кількісних та якісних характеристик складових готового продукту. Використовуються різні методи аналізу, такі як хімічний аналіз, фізичні вимірювання, мікробіологічні дослідження тощо. Оцінюються фізичні, хімічні, органолептичні та інші властивості готового продукту. Враховуються такі характеристики, як смак, запах, колір, текстура, міцність, в'язкість тощо.

Для оцінки якості встановлюються норми вмісту окремих речовин та властивостей готового продукту. Норми можуть бути визначені стандартами, технічними умовами або договором. В контракті встановлюється показник, що визначає кількість кінцевого продукту, що повинен бути отриманий із сировини. Цей показник може бути встановлений як у відсотках, так і в абсолютних величинах.

8. **По справедливій середній якості.** Визначення якості за «справедливою середньою якістю» - це метод оцінки, який використовується в міжнародній торгівлі сировинними товарами, особливо сільськогосподарською продукцією. Він дозволяє встановити ціну на товар, виходячи з його середньої якості, з урахуванням допустимих відхилень.

Для визначення такої середньої якості встановлюється базовий рівень якості товару, який є еталоном. Визначаються допустимі відхилення від базової якості, які не впливають на ціну товару. Проводиться оцінка фактичної якості

товару, що поставляється. Використовуються різні методи аналізу, такі як хімічний аналіз, фізичні вимірювання, органолептичні оцінки тощо.

Ціна товару розраховується на основі базової якості та фактичних відхилень. Якщо фактична якість відповідає базовій або знаходиться в межах допустимих відхилень, ціна залишається незмінною. Якщо фактична якість відхиляється від базової, ціна коригується з урахуванням відхилень.

У договорі необхідно чітко визначити базову якість товару та допустимі відхилення. Оцінку якості товару повинен проводити кваліфікований персонал.

9. По натурній вазі. Визначення якості за натуральною вагою - це метод оцінки, який використовується для сипучих сільськогосподарських продуктів, таких як зерно. Він базується на вимірюванні маси певного об'єму продукту, що дозволяє оцінити його щільність та, відповідно, якість.

Для вимірювання натуральної ваги використовується спеціальний прилад - пурка, для вимірювання маси певного об'єму зерна. Результат вимірюється в кілограмах на гектолітр (кг/гЛ). Вища натуральна вага свідчить про вищу якість зерна, оскільки воно має більшу щільність і, як правило, містить більше поживних речовин. Нижча натуральна вага вказує на нижчу якість зерна, оскільки воно може бути менш щільним, містити більше домішок або бути пошкодженим.

Для кожного виду зерна встановлюються норми натуральної ваги, які визначають його якість. Ці норми можуть бути визначені стандартами або договором. Вологість зерна може впливати на його натуральну вагу, тому необхідно враховувати цей фактор при оцінці якості. Результати вимірювання натуральної ваги повинні бути належним чином задокументовані. Показники натурної ваги звичайно застосовуються з іншими показниками, наприклад з вмістом сторонніх домішок у зерні.

10. Спосіб «такий, який є». Визначення якості у спосіб "як є" (англ. "as is") означає, що товар або послуга продається в тому стані, в якому вони перебувають на момент продажу, без будь-яких гарантій або зобов'язань з боку продавця щодо їх якості.

Особливості такого способу є те, що продавець не несе відповідальності за будь-які дефекти або недоліки товару або послуги, а покупець приймає на себе всі ризики, пов'язані з якістю товару або послуги. Цей спосіб визначення якості часто використовується при продажу вживаних товарів, товарів з дефектами або товарів, що продаються на аукціонах. Він також може використовуватися при продажу товарів, які вимагають спеціальної експертизи для оцінки їх якості.

Продавець повинен чітко повідомити покупця про те, що товар або послуга продається «як є». Покупець повинен мати можливість оглянути товар або послугу перед покупкою.

Крім перерахованих способів визначення якості в контракті можуть використовуватися:

- ✓ показники розмірів окремих частин товару (вугілля, насіння, солі) і
- ✓ показники кольору товару (бавовни, цукру, каучуку).

Досить часто якість товару в контракті визначається із застосуванням **двох або декількох способів**.

При відсутності в договорі вказівок щодо якості вважається, що якість товару, що поставляється, повинна відповідати певному середньому рівню, що є в країні продавця або в країні походження товару і є звичайним для даного виду товарів.

3.4. Умова ціни та загальної суми контракту

Умова ціни у зовнішньоекономічному контракті є одним із ключових елементів, який визначає вартість товару, послуг або робіт, що є предметом угоди. При встановленні ціни товару в контракті купівлі-продажу визначаються

- ✓ одиниця виміру,
- ✓ базис ціни,
- ✓ валюта ціни,
- ✓ спосіб фіксації ціни й
- ✓ рівень ціни.

Одиниця вимірювання залежить від характеру товару й від практики, що склалася в торгівлі даним товаром на світовому ринку. Ціна в контракті може бути встановлена:

- ✓ за певну кількісну одиницю товару (або за певне число одиниць), яка звичайно використовується при торгівлі даним товаром (вага, довжина, площа, обсяг, у штуках, комплектах і т.д.) або в рахункових одиницях (сотня, дюжина);
- ✓ за вагову одиницю відповідно до базового вмісту речовини в товарі (для таких товарів, як руди, концентрати, хімікати й ін.);
- ✓ за вагову одиницю залежно від діапазону коливань натурної ваги, вмісту сторонніх домішок і вологості.

При поставці товару різної якості й асортиментів ціна встановлюється за одиницю товару кожного виду, сорту, марки окремо. При поставці по одному контракту великого числа різних по якісних характеристиках товарів ціни на них, як правило, вказуються в специфікації, що становить невід'ємну частину контракту. При поставках комплектного устаткування ціни звичайно встановлюються по позиціях на кожну часткову поставку або на окремі комплектуючі частини й вказуються в додатку до контракту.

Базис ціни — це сукупність умов, що визначають складові ціни товару, включаючи місце і час переходу ризиків, витрат на транспортування, страхування, митні платежі тощо. У міжнародній торгівлі базис ціни часто визначається відповідно до правил Incoterms (будуть розглянуті детально далі).

Валюта ціни - валюта, в якій виражена вартість товару або послуги в зовнішньоекономічному договорі. Вибір валюти ціни впливає на фінансові ризики, взаєморозрахунки та економічні наслідки угоди для обох сторін. **Валюта ціни** — та, в якій визначена вартість товару в договорі. **Валюта платежу** — та, в якій здійснюється фактична оплата. Вони можуть співпадати або відрізнятися. На вибір валюти ціни впливають ряд факторів, серед яких:

- ✓ стабільність валюти — сторони зазвичай обирають стійкі валюти (долар США, євро, британський фунт).

- ✓ Зручність взаєморозрахунків – враховується наявність валюти у покупця та умови банківських операцій.
- ✓ Митні та податкові особливості – залежно від вимог державного регулювання.

Ціна, вказана в контракті, може бути виражена у:

- валюті країни експортера,
- валюті країни імпортера
- у валюті третьої країни

При виборі валюти ціни велике значення мають *торговельні звичайі*, що існують у торгівлі цими товарами. До прикладу у контрактах на:

- ліс і лісоматеріали, вовну, какао, каучук, кольорові метали прийнято вказувати ціни у фунтах стерлінгів,
- нафтопродукти, бавовну, цукор, дорогоцінні метали, хутро - в американських доларах

Експортер зазвичай прагне зафіксувати ціну у відносно більш сталій валюті, а імпортер, навпаки, зацікавлений у тому, щоб установити ціну у валюті, схильній до знецінення. Від вибору валюти ціни залежить *ризик валютних втрат*, тобто можливість не одержати еквівалент вартості, передбачений у момент визначення ціни й підписання контракту.

Страхування цінових ризиків здійснюється в контракті купівлі-продажу різними способами:

- фіксацією контрактної ціни у твердій, найбільш стійкій валюті;
- застосуванням застереження про перегляд контрактної ціни при зміні курсу валюти ціни, що перевищує встановлений коефіцієнт коливань;
- застосуванням застережень, передбачених відповідним похідним цінним папером.

Спосіб фіксації ціни. Існує кілька способів фіксації ціни в контракті, кожен з яких має свої переваги та недоліки, і вибір залежить від конкретних обставин угоди. Ціна в контракті може бути зафіксована в різний час, залежно

від умов угоди та специфіки товару або послуги. Зокрема, ціна в контракті може бути зафіксована:

- **У момент укладення контракту.** Це найбільш поширений варіант, особливо для товарів або послуг, ціна яких є стабільною. У такому випадку встановлюється тверда ціна, яка не підлягає зміні протягом строку дії контракту.
- **Протягом терміну дії контракту.** Ціна може змінюватися залежно від певних факторів, таких як індекси цін, ринкові котирування або валютні курси. Такий спосіб часто застосовується в довгострокових контрактах або в умовах нестабільного ринку.
- **До моменту виконання контракту.** Ціна може бути зафіксована безпосередньо перед поставкою товару або наданням послуги. Це дозволяє врахувати поточні ринкові умови.
- **З визначеною періодичністю.** Наприклад, щомісячно, щоквартально, або щорічно. Такий спосіб часто використовується в довгострокових договорах, де ціни на сировину або послуги можуть значно коливатися.
- **В процесі виконання контракту.** Ціна може уточнюватися сторонами безпосередньо перед поставкою кожної партії товару (при довгострокових контрактах) — щорічно перед початком чергового господарського / фінансового року.

Залежно від способу фіксації розрізняють наступні види цін:

Тверда ціна. Така ціна встановлюється на момент підписання контракту і не змінюється протягом усього терміну його дії. Це забезпечує стабільність і передбачуваність для обох сторін, але може бути не вигідним у разі значних коливань ринкових цін. Тверда ціна застосовується:

- в угодах з негайною поставкою
- з поставкою протягом короткого строку,
- в угодах, що передбачають тривалі строки поставки.

В останніх звичайно робиться застереження «ціна тверда, зміні не підлягає».

Рухлива ціна. Така ціна змінюється залежно від певних факторів, таких як індекси цін, ринкові котирування або валютні курси. Це дозволяє враховувати зміни ринкових умов, але може створювати невизначеність. Рухлива ціна зафіксована при підписанні контракту, може бути переглянута надалі, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його поставки зміниться.

При її встановленні в контракт вноситься застереження, що передбачає, що якщо до моменту виконання угоди ціна на ринку підвищиться або понизиться, відповідно повинна змінитися й ціна, зафіксована в контракті. Це застереження називається *«застереження про підвищення або зниження ціни»*.

При використанні в контракті рухливої ціни в контракті можна обмовити припустимий мінімум відхилень ринкової ціни від контрактної (2—5%), у межах якого перегляд зафіксованої ціни не відбувається. При встановленні рухливої ціни в контракті обов'язково має бути зазначений індикатор, по якому варто визначати зміну ринкової ціни.

Рухливі ціни найчастіше встановлюються на промислові, сировинні й продовольчі товари, що поставляються по довгострокових контрактах.

Ціна з наступною фіксацією. Така ціна встановлюється на певний момент у майбутньому, наприклад, на дату поставки товару. Це дозволяє відкласти визначення ціни до моменту, коли ринкові умови стануть більш ясними.

У контракті в цьому випадку встановлюються умови фіксації й принцип визначення рівня ціни. Наприклад може встановлюватися:

- перед поставкою кожної передбаченої контрактом партії товару або
- перед початком кожного календарного року (при довгострокових поставках).

Покупцеві може бути надане право вибрати момент фіксації ціни протягом строку виконання угоди. Для цього в контракт можна внести застереження, якими джерелами інформації про ціни йому варто користуватися для визначення рівня ціни.

Зазвичай при угодах на біржові товари обумовлюється, по котируваннях якої біржі й по якій рубриці котирувального бюлетеня буде визначатися ціна, а

також строк, протягом якого покупець зобов'язаний повідомити продавця про своє бажання зафіксувати ціну в контракті. Такі угоди називаються онкольними.

Змінна ціна. Така ціна може змінюватись в залежності від обсягів закупівель, або інших факторів. Такі ціни часто використовуються в довгострокових договорах. Змінна ціна - це ціна, обчислена в момент виконання контракту шляхом перегляду договірної (базисної) ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбулися в період виконання контракту.

Якщо контрактом передбачаються часткові поставки, змінна ціна розраховується окремо на кожну поставку. Змінні ціни застосовуються в контрактах на товари, що вимагають тривалого строку виготовлення. Найчастіше це велике промислове устаткування, судна й ін.

Змінні ціни застосовуються в контрактах на товари, що вимагають тривалого строку виготовлення. Найчастіше це велике промислове устаткування, судна й ін. Під час підписання контракту в цьому випадку фіксується так звана базисна ціна й обмовляється її структура, тобто частка у відсотках постійних видатків (прибуток, накладні видатки, амортизаційні відрахування й ін.), видатків на сировину й матеріали й видатків на заробітну плату, а також наводиться формула розрахунку змінної ціни, якою сторони будуть користуватися.

При встановленні змінної ціни в умовах зміни кон'юнктури ринку в інтересах імпортера в контракт можуть бути внесені деякі обмежувальні умови:

- встановлений ліміт у відсотках до договірної ціни, у рамках якого перегляд ціни не провадиться;
- визначений у відсотках ліміт можливої зміни договірної ціни (наприклад, не більше 10% загальної суми замовлення), який називається лімітом ковзання.

В контракті може бути встановлено що:

- ковзання поширюється не на всю суму витрат виробництва, а лише на певні її елементи із вказівкою величини у відсотках від загальної вартості замовлення; а також

- зазначений відповідний період дії такої ціни (більш короткий проміжок часу) тому що протягом цього періоду постачальник може закупити всі необхідні матеріали для виконання замовлення.

На практиці іноді застосовується змішаний спосіб фіксації ціни, коли частина ціни фіксується твердо при укладанні контракту, а інша частина - у вигляді змінної ціни.

Визначення рівня ціни в контракті. При визначенні рівня ціни контрагенти звичайно орієнтуються на два види цін: опубліковані й розрахункові. **Опубліковані ціни** - це ціни, які повідомляються в спеціальних і фірмових джерелах інформації. Вони, як правило, відображають рівень світових цін.

Під *світовою ціною* розуміється ціна, по якій проводяться великі комерційні експортні й імпорتنі операції із сплатою у вільно конвертованій валюті. Практично світові ціни в таких умовах - це експортні ціни основних постачальників даного товару й імпорتنі ціни в найважливіших центрах імпорту цього товару. Наприклад, на:

- пшеницю й алюміній світовими є експортні ціни Канади,
- пиломатеріали - експортні ціни Швеції,
- каучук - ціни Сінгапурської біржі,
- хутро - ціни Лондонського аукціону,
- чай - ціни аукціонів у Калькутті, Коломбо й Лондоні.

Якщо по сировинних товарах світову ціну визначають основні країни-постачальники, то відносно готових виробів і устаткування вирішальну роль відіграють провідні фірми, що випускають і експортують певні типи й види виробів.

До опублікованих цін відносять *довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни, що приводяться в загальних статистичних довідниках, ціни фактичних угод, ціни пропозицій великих фірм.*

Довідкові ціни являють собою ціни товарів у внутрішній оптовій або зовнішній торгівлі закордонних країн, які публікуються в різних друкованих

виданнях. Джерелами довідкових цін є економічні журнали, спеціальні бюлетені, фірмові каталоги й прейскуранти. Довідкові ціни можуть бути або чисто номінальними, не пов'язаними з реальними комерційними операціями (запити або незакриті пропозиції продавців), або такими, що відображають закриті операції, зроблені за минулий тиждень, місяць.

Довідкові ціни по ряду товарів відіграють роль лише відправної точки, з якої починається обговорення цін при укладанні угоди. Іноді довідкові ціни використовуються для визначення рівня ціни з наступною фіксацією, рухливої або змінної ціни. У більшості випадків вони являють собою так звані базисні ціни, тобто ціни товару певної якості й кількості, специфікації, розмірів, хімічного складу й т.д., які пропонуються у певному заздалегідь встановленому географічному пункті (так званому базисному пункті).

Біржові котирування - це ціни товарів, що є об'єктом біржової торгівлі, які в основному відображають фактичні угоди. Біржові котирування фіксують ціни на товари, валюти, цінні папери та інші активи, які встановлюються на біржі в результаті торгів. Вони відображають поточний баланс попиту та пропозиції на ринку.

Ціни у випадку біржових котирувань формуються в реальному часі на основі заявок покупців і продавців. Вони постійно змінюються залежно від ринкових умов. Біржові котирування надають важливу інформацію для інвесторів, трейдерів та інших учасників ринку. Вони дозволяють оцінити поточну вартість активів і прийняти рішення про купівлю або продаж.

Існують різні типи котирувань, включаючи **ціни попиту (bid)**, **ціни пропозиції (ask)** і **ціни останньої угоди**. Ціна попиту - це максимальна ціна, яку покупець готовий заплатити. Ціна пропозиції - це мінімальна ціна, за яку продавець готовий продати актив. На біржові котирування впливає безліч факторів, включаючи економічні новини, політичні події, фінансові звіти компаній і психологію ринку.

У тих випадках, коли біржові котирування не мають за собою конкретних укладених угод, при їхній публікації перед ціною ставиться буква «N», що відзначає номінальність котирування.

Середні експортні й імпорتنі ціни, обчислені на основі даних зовнішньоторговельної статистики шляхом ділення вартості товару на його кількість, більш показові, ніж довідкові ціни, хоча й відображають не стільки ціни фактично укладених у даний період експортно-імпортних угод, скільки обсяг експорту і імпорту, здійснених у відповідний відрізок часу. Така статистика має особливо велике значення в тих випадках, коли спостерігається великий розрив між сезонним розпродажем і фактичним експортом (наприклад, у торгівлі пиломатеріалами).

Спеціальні експортні та імпорتنі ціни – це ціни, які встановлюються для окремих видів товарів або послуг, що експортуються або імпортуються, з метою регулювання зовнішньоекономічної діяльності держави. Вони можуть відрізнятися від ринкових цін і використовуються для досягнення певних економічних або політичних цілей. До спеціальних експортних та імпортних цін можна віднести наступні:

- *Демпінгові ціни*. Ціни, які встановлюються на експортні товари на рівні, нижчому за їхню собівартість або за ціну на внутрішньому ринку країни-експортера. Демпінг може використовуватися для захоплення частки ринку або для витіснення конкурентів.
- *Антидемпінгові ціни*. Ціни, які встановлюються на імпорتنі товари з метою захисту внутрішнього ринку від демпінгу. Антидемпінгові ціни, як правило, вищі за ринкові ціни і встановлюються урядом країни-імпортера.
- *Компенсаційні ціни*. Ціни, які встановлюються на імпорتنі товари, що субсидуються урядом країни-експортера. Компенсаційні ціни встановлюються з метою вирівнювання конкурентних умов на внутрішньому ринку країни-імпортера.

- *Преференційні ціни.* Ціни, які встановлюються на експортні або імпорتنі товари для окремих країн або груп країн. Преференційні ціни можуть використовуватися для підтримки економічних відносин з дружніми країнами або для стимулювання торгівлі з країнами, що розвиваються.
- *Трансфертні ціни.* Використовуються, якщо компанія веде діяльність через мережу дочірніх фірм, що розташовані у різних державах. Ціни встановлюються при внутрішньофірмовому обміні товарами.

Ціни фактичних угод є найбільш докладним критерієм для визначення рівня ціни в контракті. Однак вони, як правило, регулярно не публікуються, а з'являються в інформаційному полі епізодично - лише по окремих операціях. Проте зіставлення цін фактичних угод з довідковими дає можливість більш правильно встановити рівень ціни в контракті.

Розрахункові ціни - другий вид цін. Це ціни, які визначаються на основі певних розрахунків, формул або методів. Застосовуються в контрактах на нестандартне устаткування, вироблене, як правило, по індивідуальних замовленнях. Відмінності в такому устаткуванні можуть стосуватися конструкції, експлуатаційних властивостей, характеру виконання, якості, ваги і бути настільки суттєвими, що стає неможливим порівняння даного товару з іншим аналогічним устаткуванням того ж призначення.

Тому ціни на спеціальне устаткування розраховуються постачальником для кожного конкретного замовлення за описом технічних і комерційних умов даного замовлення, а в деяких випадках остаточно встановлюються лише після виконання замовлення.

Розрахункові ціни враховують витрати на виробництво, транспортування, митні збори та інші фактори. Такі ціни використовуються для встановлення цін у контрактах, особливо в тих, де ціна може змінюватися залежно від певних умов. Наприклад, ціна може бути прив'язана до індексу інфляції або до ринкових котирувань. Основні переваги розрахункових цін це гнучкість, прозорість та об'єктивність.

Ціни попередніх угод використовуються у випадку відносної стабільності цін, і як правило практикуються при розміщенні замовлень при наявності стійких зв'язків між контрагентами. Ціни попередніх угод – це ціни, які були встановлені в минулих контрактах на аналогічні товари або послуги. Вони можуть використовуватися як орієнтир для визначення ціни в поточній угоді.

Контрактні ціни. Такі ціни, які встановлюються за домовленістю двох або більше осіб. Контрактні ціни формуються із застосуванням різноманітних знижок та надбавок.

У міжнародній комерції **знижки** є поширеним інструментом для стимулювання продажів, залучення клієнтів та регулювання цін. Серед основних видів знижок можна виділити наступні:

- *Кількісні знижки.* Надаються за придбання великої кількості товарів. Можуть бути некумулятивними (на кожную угоду) або кумулятивними (на загальну суму покупок).
- *Сезонні знижки.* Застосовуються для стимулювання продажів у певні періоди року (наприклад, розпродажі зимового одягу влітку).
- *Касові знижки (сконто).* Надаються за дострокову оплату товарів.
- *Торговельні (функціональні) знижки.* Надаються посередникам (дилерам, дистриб'юторам) за виконання певних функцій (наприклад, зберігання, транспортування, продаж).
- *Спеціальні (персоналізовані) знижки.* Надаються окремим клієнтам, які мають особливе значення для продавця.
- *Бонусні знижки (знижки за обіг).* Надаються за досягнення певного обсягу покупок за певний період.
- *Дилерські знижки.* Надаються посередникам, в тому числі й закордонним. Чим більше зобов'язань бере на себе посередник, тим вище знижки.
- *Знижки за якість товару.* Надаються у випадках, коли якість товару не відповідає заявленим стандартам.

- *Експортні знижки.* Надаються експортерам для стимулювання експорту товарів.

Загальна сума контракту – це грошовий вираз усіх зобов'язань, які беруть на себе сторони за контрактом. Вона включає в себе вартість товарів, послуг, робіт, а також будь-які інші платежі, передбачені контрактом. Загальна сума контракту має бути чітко визначена в контракті. Вона може бути фіксованою або змінною, залежно від умов контракту.

3.5. Умови поставки в зовнішньоекономічному контракті

Умови поставки в зовнішньоекономічних договорах є важливою складовою, що визначає обов'язки сторін щодо доставки товару, розподіл витрат і ризиків. Під час міжнародних торговельних операцій, коли товари переходять від продавця до покупця, можуть виникати непорозуміння через різне тлумачення прав та обов'язків сторонами. Це часто пов'язано з відмінностями в торгових звичаях та законодавстві різних країн.

Для спрощення цієї процедури Міжнародною торговою палатою (ICC) був розроблений **Incoterms («Правила МТП з використання термінів внутрішньої та міжнародної торгівлі»)**, збірка уніфікованих торговельних термінів, які визначають обов'язки продавця та покупця в міжнародних торговельних операціях. Вони регламентують, хто несе відповідальність за витрати та ризики, пов'язані з доставкою товарів.

Міжнародна торгова палата розробила і опублікувала ці правила вперше в 1936р. В подальшому Інкотермс корегувався в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 і 2020 рр. Правила Інкотермс є рекомендаціями і мають меншу силу ніж закони і звичаї портів. Втім правила Інкотермс дуже часто використовуються в ЗЕД контрактах саме через зручність та всеохопність.

Правила Інкотермс пояснюють ряд торговельних термінів, що складаються з 3х літер, які відображають практику відносин “бізнес-бізнес” у контрактах

купівлі-продажу товарів. Правила Інкотермс містять опис терміну та дзеркальне відображення обов'язків продавця та покупця.

Правила Інкотермс розподіляють між сторонами в ЗЕД-контракті:

- Ризик пошкодження чи фізичної втрати товару
- Витрати (перевезення, страхування, транспорт, митниця, документи і т.д.)
- Обов'язки сторін (перевезення, страхування, транспорт, митниця, документи).

Для коректного застосування торговельного терміну в ЗЕД контракт треба:

1. Включити правило Інкотермс в ЗЕД контракт (чітко визначити за допомогою слів “обране правило Інкотермс, включаючи назване місце, після чого зазначається версія Інкотермс”).

Наприклад: “FCA 38 Cours Albert 1er, Paris, France Incoterms 2020” або “CFR Port Odessa, Incoterms 2010”, тощо.

Якщо версія не зазначена вважається що правило обрано за останньою версією Інкотермс. У сторін є можливість застосувати правило з будь-якої редакції (треба вказати у визначенні). На практиці повномасштабно правила нової редакції починають застосовуватись за 3-4 роки після виходу нової редакції.

2. Обрати відповідне правило Інкотермс (має відповідати товару, виду транспорту та наміру сторін покласти на продавця чи покупця додаткові обов'язки). Якщо б правило не було обрано сторонам слід усвідомлювати, що на тлумачення контракту можуть впливати звичаї притаманні порту або місцю вказаному в контракті. Тому перед укладенням контракту потрібно перевірити чи є “на місці” переходу ризику можливість виконати свої зобов'язання.
3. Якомога точніше визначити місце чи порт (обране правило може діяти за умови зазначення місця чи порту та буде найефективніше діяти якщо сторони визначають порт чи місце якомога точніше).

4. Пам'ятати, що правила Інкотермс є важливими при укладанні контракту, але не фіксують всі зобов'язання сторін. Питання ціни, методу оплати, переходу права власності мають бути вирішені в самому контракті. Крім того ці питання можуть бути врегульовані обраним законодавством.

Правила Інкотермс можна розглядати за класами або категоріями. **Класи правил передбачають розподіл термінів відповідно до способу їх використання:**

Клас 1. Терміни, що використовуються для будь-якого виду транспорту. До цього класу відносяться наступні терміни:

- ✓ EXW - Ex Works / Франко-завод
- ✓ FCA - Free Carrier / Франко-перевізник
- ✓ CPT - Carriage paid to / Перевезення оплачена до
- ✓ CIP - Carriage and Insurance Paid to / Перевезення і страхування оплачені до
- ✓ DPU - Delivered at Place Unloaded / Поставка в місці з розвантаженням
- ✓ DAP - Delivered at Place / Поставка в місці
- ✓ DDP - Delivered Duty Paid / Поставка з оплатою мита

Клас 2. Терміни, що використовуються для морського і внутрішнього водного транспорту. До цього класу відносяться наступні терміни:

- ✓ FAS - Free Alongside Ship / Франко вздовж борту судна
- ✓ FOB - Free on Board / Франко-борт
- ✓ CFR - Cost and Freight / Вартість і фрахт
- ✓ CIF - Cost Insurance and Freight / Вартість, страхування і фрахт

Категорії включають в себе ті самі терміни, але визначають іншу логіку викладу, де категорії визначають різні рівні відповідальності та зобов'язань між продавцем і покупцем. До категорій відносяться наступні:

- ✓ *Категорія E. Контракти відправки.* Ця категорія передбачає мінімальні зобов'язання для продавця. Єдиний термін у цій групі - EXW (Ex Works).

- ✓ *Категорія F. Контракти завантаження.* У цій категорії продавець зобов'язаний доставити товар до місця, визначеного покупцем. До цієї групи входять терміни: FCA (Free Carrier), FAS (Free Alongside Ship), FOB (Free on Board).
- ✓ *Категорія C. Контракти відвантаження.* У цій категорії продавець оплачує доставку товару до зазначеного місця призначення. До цієї групи входять терміни: CFR (Cost and Freight), CIF (Cost, Insurance and Freight), CIP (Carriage and Insurance Paid to), CPT (Carriage Paid To).
- ✓ *Категорія D. Контракти доставки.* Ця категорія передбачає максимальні зобов'язання для продавця. До цієї групи входять терміни: DAP (Delivered at Place), DPU (Delivered at Place Unloaded), DDP (Delivered Duty Paid).

Правила Інкотермс також передбачають **деталізацію обов'язків сторін** контракту по кожному з торговельних термінів. Це відповідно:

- A1/B1 – загальні обов'язки
- A2/B2 – поставка/отримання поставки
- A3/B3 – перехід ризиків
- A4/B4 – перевезення
- A5/B5 – страхування
- A6/B6 – поставка/транспортний документ
- A7/B7 – експортні/імпортні формальності
- A8/B8 - перевірка/упаковка/маркування
- A9/B9 – розподіл витрат
- A10/B10 – повідомлення.

Актуальна на сьогоднішній день версія Incoterms 2020 включає ряд змін в порівнянні з попередньою (Incoterms 2010). Ці зміни пов'язані з комерційною практикою, що склалась в останнє десятиліття. Серед основних змін, які характеризують актуальну версію Інкотермс можна виділити: покращення візуалізації за рахунок нової графіки схеми поставок, реорганізацію статей А та В, зміну страхового покриття CIF та CIP, заміну терміну DAT на DPU, поява

можливості виконання поставок за термінами FCA, DAP, DPU, DDP включно власним транспортом. Поза цим питання VGM сертифікації, що довго дебатовались перед набуттям останньої версії чинності, до складу змін не увійшли.

Терміни категорії E. Контракти відправки.

Єдиний термін цієї категорії EXW (Ex Works) передбачає, що продавець здійснив поставку в момент, коли товар наданий у розпорядження покупця на площах підприємства продавця чи в іншому названому місці (наприклад на заводі, фабриці, складі тощо). Продавцю не обов'язково здійснювати завантаження товару на будь-який транспортний засіб для перевезення чи здійснювати формальності для експорту товару, якщо такі формальності застосовуються.



Серед особливостей використання терміну варто пам'ятати наступні: термін передбачає мінімальні обов'язки продавця, продавець повідомляє покупця про місце і час передачі товару (A10), покупець не зобов'язаний експортувати товар, при експорті продавець зобов'язаний здійснити допомогу, зобов'язань по перевезенню не існує. Цей термін ефективно використовується при внутрішній торгівлі. Втім багато залежить від практики, що склалась між сторонами

Завантаження: Продавець не зобов'язаний завантажувати товар на транспортний засіб. ***В контракті за бажанням можна відобразити застереження (EXW...із завантаженням на ризик продавця) тобто може бути змінено правило Інкотермс (варіація правил). EXW із завантаженням передбачає лише витрати продавця на завантаження, але не ризик.***

Митні формальності: Продавець не зобов'язаний розмитнювати товари для експорту, але має допомагати при отриманні інформації чи документів, що необхідні для експорту.

Терміни категорії F. Контракти завантаження.

FCA («Франко-перевізник») передбачає що продавець здійснює поставку товару перевізнику чи іншій особі, які призначені покупцем, на площах продавця чи в іншому названому місці. Сторонам наполегливо рекомендується якомога точніше вказувати пункт у межах названого місця поставки, оскільки в такому пункті ризик переходить до покупця.



FCA вимагає від продавця здійснити формальності для експорту товару, де це застосовується. Проте продавець не зобов'язаний здійснювати формальності для імпорту товару, сплачувати будь-яке імпортне мито або виконувати будь-які митні формальності при імпорті.

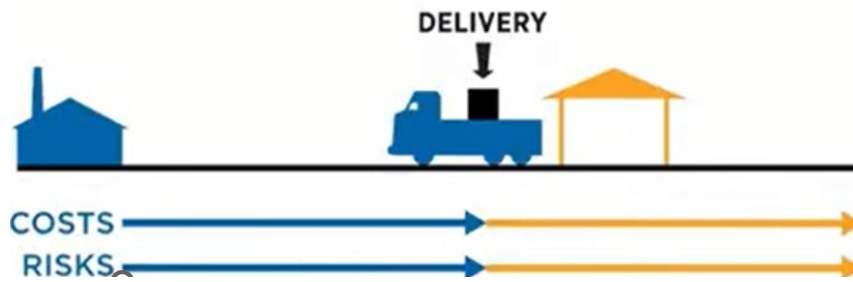
FCA передбачає 2 варіанта виконання:

1. Якщо названим місцем поставки є приміщення продавця тоді продавець завантажує товари на транспорт покупця – «FCA приміщення продавця».



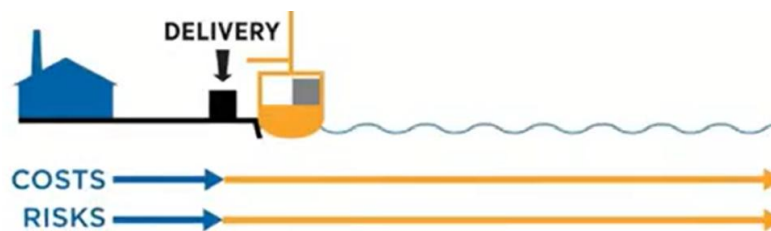
2. Якщо названим місцем поставки не є приміщення продавця, продавець зобов'язаний:

- Завантажити товар
- Перевезти його в назване місце
- Надати товар в розпорядження перевізника нерозвантаженим – «FCA термінал АА». Другий варіант є дорожчим для продавця та має більше ризиків.

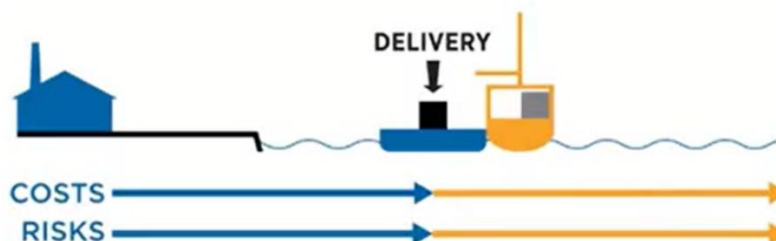


Оскільки FCA має різні варіанти виконання, **сторонам контракту дуже важливо точно вказати місце поставки**, адже від цього буде залежати сам механізм.

FAS («Франко вздовж борту судна») передбачає, що продавець здійснив поставку, коли товар розміщено вздовж борту судна (наприклад на причалі або баржі), номінованого покупцем, у названому порту відвантаження. Ризик втрати чи пошкодження товару переходить, коли товар знаходиться вздовж борту судна, і з цього моменту і надалі покупець несе всі витрати.

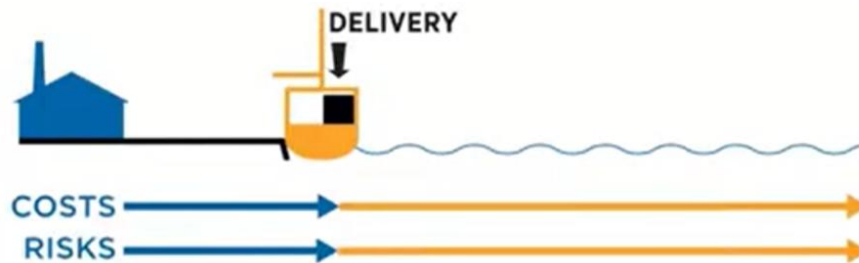


Термін застосовують для великих, негабаритних, насипних вантажів. Завантаження, штіфтовка зазвичай здійснюється за рахунок покупця. FAS дуже рідко застосовується на практиці, аде момент поставки доволі важко довести. Термін не застосовується для роботи з документарним акредитивом.



Використання фідерних суден можуть збільшувати ризики, тому при використанні сторонам ЗЕД-контракту важливо вказати точне місце поставки в порту відвантаження коли товар має передаватись з баржі або причалу на судно.

FOB («Франко-борт») передбачає, що продавець здійснив поставку товару на борт судна, номінованого покупцем, у названому порту відвантаження або забезпечив надання товару, що вже поставлений таким чином. Ризик втрати чи пошкодження товару переходить, коли товар вже знаходиться на борту судна, і з цього моменту і надалі покупець несе усі витрати.



Використовуючи термін в контракті ЗЕД можна розширювати обов'язки продавця, наприклад:

- ✓ «*FOB з укладкою*» – *FOB stowed*
- ✓ «*FOB з укладкою і штифтовкою*» – *FOB stowed and trimmed.*

Також за FOB можна розширювати витрати, наприклад:

- ✓ «*FOB Одеса, витрати по завантаженню, зберіганню та укладці за рахунок продавця*»

Це також стосується також ризиків, наприклад:

- ✓ «*FOB Одеса, витрати і ризики по завантаженню, зберіганню та укладці за рахунок продавця*».

Терміни категорії С. Контракти відвантаження.

СРТ («Перевезення сплачено до») передбачає, що продавець здійснює поставку товару перевізнику чи іншій особі, які призначені продавцем в узгодженому місці (якщо будь-яке таке місце узгоджено сторонами) і що продавець зобов'язаний укласти контракт (договір) перевезення та оплатити витрати перевезення, необхідні для доставки товару до названого місця призначення.



Зважаючи на сам механізм терміну в зовнішньоекономічному контракті важливо чітко визначити:

- **місце поставки товару** – пункт передачі ризику; та
- **місце призначення товару** – пункт до якого продавець заключає договір перевезення з перевізником.

Термін передбачає підвищений ризик покупця, оскільки продавець для збільшення своєї маржинальності може обрати найдешевший спосіб поставки що передбачатиме декілька перевантажень, або “заходів” кораблів у різні порти. Для зменшення ризику покупця в ЗЕД контракт варто внести додаткове застереження із вказанням точного місця поставки, де наприклад можна робити перевірку.

CIP («Перевезення та страхування сплачено до»), передбачає, що продавець здійснює поставку перевізнику чи іншій особі, які призначені продавцем, в узгодженому місці (якщо таке місце узгоджено сторонами), і продавець зобов'язаний укласти контракт (договір) перевезення та оплатити витрати на перевезення, необхідні для поставки товару до названого місця призначення. Також продавець укладає контракт (договір) страхування, який покриває ризик покупця щодо втрати або пошкодження товару під час перевезення.



Якщо за договором перевезення розвантаження в порту призначення лягає на продавця, то він не має права вимагати відшкодування від покупця. Продавець заключає договір страхування. Ризик страхується з місця поставки до місця призначення. Можуть виникати ризики, якщо країна поставки товару вимагає страхування на місцевому рівні (краще обирати відомі компанії).

Важливо пам'ятати, що правила Інкотермс 2020 вимагають від продавця застрахувати товар відповідно до застереження “А” Інституту лондонських страховиків відносно страхування вантажу (Institute Cargo Clauses). Це

розширене страхування (покриває практично всі ризики) і відрізняється від терміну CIP Інкотермс 2010, де продавець мав застрахувати товар з мінімальним покриттям відповідно до застереження “С”.

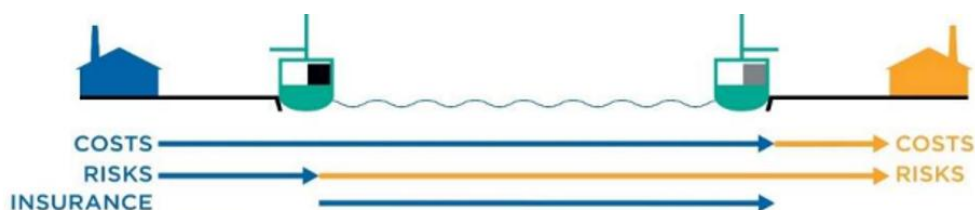
CFR («Вартість і фрахт»), передбачає що продавець здійснив поставку товару на борт судна або забезпечив надання товару, що вже поставлений таким чином. Ризик втрати чи пошкодження товару переходить, коли товар вже знаходиться на борту судна. Продавець зобов'язаний укласти контракт (договір) перевезення та оплатити витрати та фрахт, необхідні для доставки товару у названий порт призначення.



Термін передбачає підвищений ризик покупця, оскільки продавець для збільшення своєї маржинальності може обрати найдешевший спосіб поставки що передбачатиме декілька перевантажень, або “заходів” кораблів у різні порти. Для зменшення ризику покупця в ЗЕД контракт варто внести додаткове застереження із вказанням точного місця поставки, де наприклад можна робити перевірку.

Термін може використовуватись для роботи з документарним акредитивом та підходить для насипного, негабаритного товару.

CIF («Вартість, страхування та фрахт») передбачає, що продавець здійснив поставку товару на борт судна, або забезпечив надання товару, що вже поставлений таким чином. Ризик втрати чи пошкодження товару переходить, коли товар вже знаходиться на боту судна. Продавець зобов'язаний укласти контракт (договір) перевезення та оплатити витрати та фрахт, необхідні для доставки товару у названий порт призначення.



Також продавець укладає контракт страхування, який покриває ризик покупця щодо втрати або пошкодження товару. Покупцю слід взяти до уваги, що за умовами CIF від продавця вимагається отримати *страхування лише з мінімальним покриттям (Clause “C”)*.

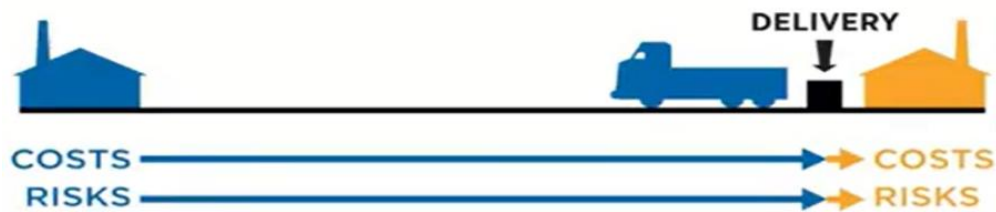
Терміни категорії D. Контракти доставки.

DAP («Поставка в місці»), передбачає що продавець здійснив поставку, коли товар надано у розпорядження покупця на транспортному засобі, що прибув, готовим до розвантаження у названому місці призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару до названого місця.



Продавець здійснює очищення товару для експорту, а покупець для імпорту/транзиту. Поки покупець не здійснить очищення товару для імпорту він несе всі витрати та ризики пов'язані з неможливістю здійснення поставки (B3). Продавець не має розвантажувати товар у місці призначення, але якщо це передбачено договором перевезення – продавець не має вимагати відшкодування цих витрат у покупця.

DPU («Поставка в місці з розвантаженням»), передбачає що продавець несе всі витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару до зазначеного місця призначення, включаючи розвантаження, продавець зобов'язаний надати товар покупцю в розвантаженому вигляді в обумовленому місці, продавець здійснює експортне митне очищення. Покупець несе витрати та ризики, пов'язані з імпортним митним очищенням та подальшою доставкою товару, а також зобов'язаний прийняти товар після його розвантаження.



Термін DPU замінив термін DAT (Delivered at Terminal) у версії Інкотермс 2020. Основна відмінність полягає в тому, що DPU дозволяє використовувати будь-яке місце призначення, а не лише термінал. Втім для продавця дуже важливо переконатися, що умови в країні імпорту дозволяють йому розвантажити товар.

DDP («Поставка зі сплатою мита»), передбачає що продавець здійснив поставку, коли товар, стосовно якого здійснено формальності при імпорті, передано у розпорядження покупця на транспортному засобі, що прибув, готовим до розвантаження у названому місця призначення. Продавець несе всі витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару до місця призначення, та зобов'язаний здійснити формальності не лише для експорту, а також для імпорту, сплатити будь-яке мито, як експортне, так і імпортне, та виконати всі митні формальності.



DDP часто використовується, коли покупець хоче мінімізувати свої ризики та отримати товар безпосередньо в обумовленому місці призначення. Продавець, що використовує цей термін, повинен мати великий досвід в міжнародній торгівлі, та добре знати митні правила країни імпорту.

DDP покладає на продавця значні зобов'язання, тому він повинен ретельно оцінити свої можливості перед використанням цього терміну. Продавець повинен мати можливість отримати всі необхідні ліцензії та дозволи для імпорту товару в країну покупця.

При використанні торговельних термінів Інкотермс в зовнішньоекономічному контракті сторони мають чітко усвідомлювати, що такі терміни розподіляють між сторонами лише ризик пошкодження чи фізичної втрати товару, витрати (перевезення, страхування, транспорт, митниця, документи і т.д.) та інші обов'язки сторін такі як перевезення, страхування, транспорт, митниця, документи.

Втім варто пам'ятати, що правила Інкотермс не можна використовувати для визначення:

- моменту переходу права власності;
- механізмів оплати, вартості товару, валюти платежу, способу платежу;
- відповідальності при невиконанні зобов'язань і відповідальності у випадку форс мажору;
- наслідків різних порушень умов контракту;
- кількості і якості товару.

Правила Інкотермс є тлумаченням лише умов поставки, а не інших умов договору (перевезення, зберігання, розрахунки, банківські гарантії, тощо).

3.6. Умови платежу в контракті ЗЕД

Розділ «Умови платежу» в зовнішньоекономічному договорі визначає валюту платежу, порядок, терміни та способи оплати за товар або послуги, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань.

Валюта платежу - це грошова одиниця, в якій здійснюються розрахунки між сторонами. При виборі валюти платежу в ЗЕД-контракті можна використовувати валюту країни продавця або покупця. Це може спростити розрахунки, але одна зі сторін може нести ризики, пов'язані з коливаннями валютного курсу. Крім того можна використовувати міжнародні валюти (наприклад, долар США, євро). Ці валюти є більш стабільними та широко використовуються в міжнародній торгівлі. Це може зменшити ризики, пов'язані

з коливаннями валютних курсів. Або сторони можуть домовитися про використання будь-якої валюти, яка є прийнятною для обох сторін.

При виборі валюти платежу:

- ✓ Важливо вибирати валюту, яка є відносно стабільною, щоб уникнути значних втрат через коливання валютного курсу.
- ✓ Валюта повинна бути легко конвертованою, щоб забезпечити безперешкодні розрахунки.
- ✓ Необхідно враховувати обмеження та вимоги, встановлені валютним законодавством країн-учасниць угоди.
- ✓ Необхідно враховувати поточні ринкові умови, такі як інфляція та процентні ставки.

Валюта платежу повинна бути чітко вказана в контракті. Необхідно передбачити умови, за яких може бути змінена валюта платежу (наприклад, у разі значних коливань валютного курсу). Можна вказувати, який курс валют застосовується при перерахунку.

В контракті сторони також визначають *спосіб оплати*. Існує кілька основних способів оплати, кожен з яких має свої переваги та недоліки. **Банківський переказ** є одним із найпоширеніших та найпростіших способів оплати в міжнародній торгівлі. Він передбачає безготівковий переказ коштів з рахунку покупця на рахунок продавця через банки-кореспонденти. Серед переваг цього способу варто виділити: відносну безпеку та прозорість, широку доступність та можливість відстеження транзакції. Втім банківський переказ, як спосіб платежу, не забезпечує сторонам зовнішньоекономічного контракту гарантії, які можуть передбачаються *документарними операціями*.

Документарний платіжний оборот — це система розрахунків у міжнародній торгівлі, де оплата здійснюється на основі подання певних документів, які підтверджують виконання умов контракту. Цей метод забезпечує більшу безпеку для обох сторін, особливо в угодах між контрагентами з різних країн.

За документарного платіжного обороту оплата здійснюється не на основі довіри, а на основі документів, які підтверджують факт відвантаження товару, його якість, кількість та інші умови. Банки відіграють ключову роль у цьому процесі, виступаючи посередниками між продавцем і покупцем. Для регулювання документарного платіжного обороту використовуються міжнародні стандарти та правила, такі як Уніфіковані правила та звичаї для документарних акредитивів (UCP 600) та Уніфіковані правила по інкасо (URC 522).

Основними інструментами документарного платіжного обороту є документарний акредитив та документарне інкасо. **Акредитивна форма розрахунків** має вигляд доручення банку, клієнтом якого є імпортер, одному або декільком банкам здійснити платежі фізичній або юридичній особі в межах визначеної суми на умовах, указаних в акредитиві. **Акредитив** – це платіжний документ, за яким кредитна установа (банк тощо) дає розпорядження іншій кредитній установі за рахунок спеціально заброньованих коштів оплатити товарно-транспортні документи за відвантажений товар чи виплатити пред'явникові суму грошей.

Акредитив є відокремленою від договору купівлі-продажу угодою з банком, яка в той же час базується на договорі. Сума акредитиву фіксується в умовах контракту і акредитивному листі і визначається фактурною вартістю проданого або того, що підлягає відвантаженню, товару, до якої можуть додаватися і інші витрати, що сплачуються з коштів акредитиву, що відкривається.

Використання акредитиву є характерним для торгівлі біржовими товарами, де участь приймає посередник, якому така форма розрахунків дає можливість перетворити товар на гроші одразу після його відвантаження. Крім того, акредитив може забезпечити короткостроковий кредит при умові згоди банку здійснити залік (купівлю, негоціацію) документів.

При здійсненні операцій по документарному акредитиву приймають участь:

- ✓ *покупець, або імпортер*, як той, хто виставляє акредитив, або акредитиводавець;
- ✓ *банк покупця, або імпортера*, як банк, що відкриває акредитив;
- ✓ *банк продавця, або експортера*, як авізуючий банк та підтверджуючий банк (це місце зберігання акредитиву та часто місце платежу);
- ✓ *продавець, або експортер*, як бенефіціар по акредитиву, або одержувач.

Акредитивна форма розрахунків складається з наступних етапів:

1. Експортер і імпортер заключають контракт на поставку товару або надання послуг з зазначенням того, що розрахунки будуть здійснюватись у формі акредитиву.
2. Імпортер звертається в свій банк (банк-емітент) із заявою про відкриття акредитиву на користь експортера.
3. Банк-емітент направляє акредитивний лист одному з банків в країні експортера, з яким він підтримує кореспондентські відносини (авізуючий банк), доручаючи йому передати акредитив експортеру.
4. Після отримання акредитиву (його копії) експортер здійснює відвантаження товару і у відповідності з умовами акредитива надає необхідні документи в банк, вказаний в акредитиві (ним може бути і авізуючий банк), який пересилає їх в банк-емітент.
5. Банк-емітент перевіряє правильність оформлення документів і здійснює їх оплату.
6. Після переказу грошей в авізуючий банк банк-емітент видає документи імпортеру.
7. Авізуючий банк зараховує кошти, що надійшли від банка-емітента, на рахунок експортера, імпортер отримує товар.

Акредитивна форма розрахунків – найбільш складна і дорога. За виконання акредитивних операцій (авізування, підтвердження, перевірку документів,

платіж) банки беруть більш високу комісію, ніж за іншими формами розрахунків, наприклад, інкасо.

Крім того, для відкриття акредитива імпортер звичайно застосовує банківський кредит, сплачуючи відсотки, що веде до подорожчання цієї форми розрахунків. Комісія за проведення акредитивних операцій стягується з наказодавця – імпортера.

Існує широкий спектр видів акредитивів. **Грошовий акредитив** – це іменний грошовий документ, в якому зазначено розпорядження банку про виплату власнику вказаної суми повністю або частинами. При міжнародних розрахунках грошові акредитиви оплачуються або у зазначеній в них валюті, або у валюті країни, де акредитиви пред'являються, за курсом на день платежу. Виплата по таких акредитивах не обумовлена наданням комерційних документів.

Документарний акредитив передбачає, що покупець дає доручення банку, який його обслуговує, відкрити такий товарний акредитив. У даному документі вказуються: рід товарів, які потрібно оплатити; документи, які повинні бути пред'явлені постачальником для отримання платежу (транспортні документи, страхові поліси, сертифікати про якість товару тощо).

Акредитиви мають декілька складних форм, які в залежності від ситуації на зовнішніх ринках, ступеня надійності контрагентів.

За ступенем гарантованості сплати сум, які мають бути сплачені експортеру вирізняють:

- ✓ **Відзивний акредитив** – він може бути в будь-який момент змінений або анульований банком-емітентом, в більшості випадків за вказівкою наказодавця акредитива без попереднього повідомлення про це бенефіціара.
- ✓ **Безвідзивний акредитив** дає бенефіціару високий ступінь впевненості в тому, що його поставки або послуги будуть сплачені, як тільки він виконає умови акредитиву. В основі цих акредитивів полягає тверде, безвідзивне акредитивне зобов'язання банка-

емітента, - тобто таке зобов'язання, яке може бути змінене або анульоване лише при наявності також згоди інших сторін акредитивної банківської операції.

В залежності від наявності чи відсутності додаткових гарантій по акредитиву, розрізняють (обидва завжди є безвідзивними):

✓ **Підтверджений акредитив** має зобов'язання банку, в якому він відкритий, сплатити експортеру необхідну суму платежу незалежно від того, чи отримає він відшкодування від банку імпортера, що відкрив акредитив, тобто перший додатково гарантує виконання платежу за акредитивом.

✓ **Непідтверджений акредитив** не має вказаного вище зобов'язання. В цьому випадку банк експортера (банк-кореспондент) лише сповіщає експортера про відкриття акредитиву і платить лише в тому випадку, якщо банк імпортера перерахує йому відповідну суму.

В залежності від можливості подрібнення, ділення суми платежу акредитиви бувають:

✓ **Такий, що подрібнюється** – цей акредитив передбачає виплату узгоджених в контракті сум після кожної часткової поставки.

✓ **Такий, що не подрібнюється** – передбачає, що вся сума, що належить експортеру, буде сплачена після завершення усіх поставок або після останньої часткової поставки. Використовується звичайно при поставках окремими партіями обладнання, технологічно тісно пов'язаного, коли непоставка однієї або декількох партій робить неможливим використання раніш поставленого обладнання. Таким чином, цей акредитив захищає інтереси покупця.

За способом забезпечення акредитив буває:

✓ **Покритий (забезпечений)** – при відкритті такого акредитиву банк-емітент заздалегідь переказує авізуючому банку валютні кошти, що є джерелом платежу експортеру за даним акредитивом. Цей акредитив

застосовується при розрахунках з фірмами окремих країн або коли банк-емітент не входить до числа кореспондентів банку експортера.

- ✓ **Непокритий (незабезпечений)** – коли банк-емітент не переказує валюту авізуючому банку на користь бенефіціара. Цей вид акредитиву використовується частіше, ніж покритий.

В залежності від способу виконання акредитивного зобов'язання банка-емітента розрізняють наступні види акредитивів:

- ✓ **Акредитив з платежом по пред'явленню** (платіжний акредитив) – це найбільш широко застосовуваний вид акредитивів. Розрахунки з бенефіціаром здійснюються безпосередньо після представлення належних документів, якщо додержані умови акредитиву.
- ✓ **Акредитив з відстроченням платежу** має умову про відкладення платежу до обумовленої дати в майбутньому. Отже, бенефіціар отримує платіж не при наданні документів, а в пізніший термін, передбачений в акредитиві.
- ✓ **Акцептний акредитив (акредитив, що передбачає акцепт тратт)** – це акредитив, згідно акредитивного зобов'язання якого банк-емітент зобов'язується акцептувати і оплатити переказні векселі (тратти), що виставлені бенефіціаром, або уповноважує інший банк здійснити такий акцепт і оплату.
- ✓ **Акредитив з неогоціацією тратт.** Під неогоціацією розуміється купівля-продаж векселів та інших цінних паперів, що мають попит на ринку. Такий акредитив відрізняється від платіжного та акцептного тим, що тратти виставляються не на банк-кореспондент, а на покупця чи на банк-емітент, звичайно на останнього.

В залежності від додаткових рис, що характеризують ті чи інші аспекти акредитивної операції, можна виділити додаткові види акредитивів, серед яких зокрема:

- ✓ **Чистий рамбурсний акредитив.** Його застосування обумовлено ситуацією, коли банк-емітент просить виконати розрахунок за

акредитивом, але сам не має рахунку в цьому банку-посереднику. Він дає інструкцію, що рамбурсування має вимагатися від певного банку, що є третьою стороною, і йому будуть надані окремі інструкції приймати вимоги до оплати.

- ✓ **Акредитив “бек ту бек”** (back-to-back, або компенсаційний акредитив). Специфіка цього виду акредитива полягає в тому, що акредитивна операція включає два акредитиви, один з яких є покриттям по другому.
- ✓ **Резервний акредитив (акредитив “стенд бай”)**. Сутність резервного акредитива заключається в тому, що банк-емітент підтверджує і гарантує резервування суми зобов’язання платника (заявника акредитива) на випадок його невиконання.
- ✓ **Револьверний (роловерний, поновлюваний) акредитив**. Якщо покупець віддає розпорядження постачати замовлений товар певними частинами через певні проміжки часу (договір про поставку партіями), то здійснення платежів може відбуватись за револьверним акредитивом, який, відповідно, покриває вартість часткових поставок.

Інкасова форма розрахунків у міжнародній практиці являє собою домовленість експортера із своїм банком, яка передбачає зобов’язання передачі товаророзпорядчих документів імпортеру лише після оплати ним відвантаженого товару. **Інкасо** – це банківська операція, при якій банк за дорученням клієнта отримує платіж від імпортера за відвантажені на його адресу товари.

За характером документів інкасо ділиться на:

- ✓ **Просте (чисте) інкасо** – це інкасо простих і переказних векселів, чеків, інших подібних платіжних документів, тобто це стягування платежу за фінансовими документами, які не супроводжуються комерційними документами.

✓ *Документарне (комерційне) інкасо* – це інкасо фінансових документів, які супроводжуються комерційними документами, або це інкасо лише комерційних документів (вантажних і страхових документів, рахунків, різноманітних сертифікатів).

В інкасовій формі розрахунків приймають участь:

- *експортер* (продавець, довіритель – клієнт, що доручає інкасову операцію своєму банку);
- *банк-ремітент, якому експортер доручає операцію по інкасуванню;*
- *представляючий банк (інкасуючий банк).* Інкасуючим банком є будь-який банк, що приймає участь у здійсненні інкасового доручення, за виключенням банка-ремітента. Представляючий банк – це такий інкасуючий банк, який представляє документи платнику;
- *імпортер* (покупець, платник).

Схему розрахунків по інкасо можна представити спрощено в наступному вигляді:

1. Після укладання угоди, в якій обумовлюється, через які банки будуть здійснюватись розрахунки, експортер здійснює відвантаження товару.
2. Після отримання від перевізника транспортних документів експортер передає усі необхідні документи в банк, якому він доручає здійснити інкасування (банк-ремітент).
3. Банк-ремітент, перевіrivши документи, направляє їх банку-кореспонденту в країні імпортера (інкасуючий банк).
4. Останній, перевіrivши документи, надає їх імпортеру-платнику. Інкасуючий банк може зробити це безпосередньо або через інший банк (представляючий банк).

У міжнародній практиці передача документів у межах інкасового доручення здійснюється трьома шляхами, що обумовлює існування трьох видів інкасо:

- ✓ **Вручення документів проти платежу** (documents against payment, D/P) – представляючий банк може вручити платнику документи лише проти негайної оплати. “Негайно”, згідно міжнародних звичаїв, означає “найпізніше при надходженні товару”. Експортер при такій платіжній домовленості зберігає право розпоряджатися товаром до прибуття транспорту. Одночасно імпортер зобов'язується здійснити оплату при передачі йому документів.
- ✓ **Вручення документів проти акцепту** (documents against acceptance, D/A) – при цій умові імпортер одержує документи лише після акцепту виставленої на нього тратти, яка підлягає сплаті, як правило, протягом 30-180 днів після пред'явлення, або тратти, що підлягає сплаті в певний термін. Таким чином, на відміну від інкасо з врученням документів проти платежу, в даному випадку експортер надає імпортеру відстрочку платежу, який гарантується векселем.
- ✓ **Вручення документів проти акцепту** (documents against acceptance, D/A) – при цій умові імпортер одержує документи лише після акцепту виставленої на нього тратти, яка підлягає сплаті, як правило, протягом 30-180 днів після пред'явлення, або тратти, що підлягає сплаті в певний термін. Таким чином, на відміну від інкасо з врученням документів проти платежу, в даному випадку експортер надає імпортеру відстрочку платежу, який гарантується векселем.

3.7. Умови приймання-передачі товару

Умови приймання-передачі товару в контракті ЗЕД визначають порядок, терміни та місце передачі товару від продавця до покупця, а також їхні права та обов'язки в цьому процесі. В зовнішньоекономічному контракті варто ретельно прописувати всі умови приймання-передачі товару, зокрема щодо:

- ✓ **Місця передачі товару.** В ЗЕД контракті необхідно чітко визначити місце, де буде здійснюватися передача товару. Це може бути склад

продавця, порт, аеропорт, склад покупця або будь-яке інше узгоджене місце. Вибір місця передачі може залежати від умов поставки, визначених в Інкотермс.

- ✓ ***Термінів передачі товару.*** Необхідно визначити дату або період, протягом якого продавець повинен передати товар покупцю. Це може бути конкретна дата, період (наприклад, протягом 30 днів після підписання контракту) або умова (наприклад, після отримання передоплати).
- ✓ ***Порядку передачі товару.*** Необхідно визначити, яким чином буде здійснюватися передача товару. Зокрема в момент передачі товару може бути здійснена перевірка кількості та якості товару, підписання акта приймання-передачі, передача необхідних документів.
- ✓ ***Документів, що підтверджують передачу товару.*** Документи, що підтверджують передачу товару, є важливими юридичними та бухгалтерськими інструментами, які фіксують факт передачі товарно-матеріальних цінностей від однієї сторони до іншої. Вони служать доказом виконання зобов'язань за договором та використовуються для обліку та контролю руху товарів. Серед таких документів можуть бути: *Акт приймання-передачі товару* - документ, який складається у довільній формі та підтверджує факт передачі товару від постачальника до покупця. Він містить інформацію про найменування товару, його кількість, якість, вартість, а також дату та місце передачі. *Видаткова накладна* - первинний документ, який видається постачальником та підтверджує передачу товарно-матеріальних цінностей покупцю. Вона містить інформацію про найменування товару, його кількість, ціну, а також дані про постачальника та покупця. *Товарно-транспортна накладна (ТТН)* – документ, що використовується при перевезенні товарів транспортними засобами. Він містить інформацію про вантаж, маршрут, перевізника, а також дані про відправника та одержувача.

Митна декларація - містить інформацію про товар, його вартість, країну походження, а також дані про експортера та імпортера. *Рахунок-фактура* - документ, що надається продавцем покупцю, який містить інформацію про товар, його кількість, ціну, а також умови оплати. *Сертифікати походження, страхові поліси та інші документи передбачені ЗЕД контрактом.*

- ✓ ***Перевірки якості та кількості товару.*** Необхідно визначити порядок та умови перевірки якості та кількості товару. Зокрема це може передбачати візуальний огляд, вибірккову перевірку, експертизу. Необхідно визначити терміни, протягом яких покупець може пред'явити претензії щодо якості або кількості товару.
- ✓ ***Відповідальності сторін.*** В ЗЕД контракті можна встановити визначити відповідальність сторін за порушення умов приймання-передачі товару. Зокрема відповідальність продавця за недопоставку або поставку неякісного товару, або відповідальність покупця за несвоєчасне приймання товару.

3.8. Упаковка та маркування

У зовнішньоекономічному контракті визначення упаковки відіграє важливу роль, оскільки вона належне пакування сприяє збереженню товару під час транспортування та зберігання і відповідно знижує ризики його пошкодження. Упаковка повинна захищати товар від пошкоджень, деформації, впливу вологи, температурних коливань та інших зовнішніх факторів. Тип та міцність упаковки повинні відповідати умовам транспортування (морський, повітряний, автомобільний, залізничний). Упаковка повинна відповідати вимогам законодавства країн-учасниць угоди, а також міжнародним стандартам.

В ЗЕД контракті можна визначити матеріали, з яких виготовлена упаковка (наприклад, картон, дерево, пластик), та їхні характеристики. Необхідно визначити розміри та вагу упаковки, особливо для великогабаритних вантажів.

Крім того, в контракті можна визначити, хто несе витрати на упаковку (продавець або покупець). Якщо вартість упаковки включена у вартість товару, це має бути чітко зазначено в контракті. Якщо упаковка підлягає поверненню, необхідно визначити умови її повернення (терміни, порядок, хто несе витрати).

Пакувальний лист (packing list) – це документ, який надається продавцем покупцю та містить детальну інформацію про вміст кожної пакувальної одиниці в партії товару. Він є важливим інструментом для ідентифікації товару, перевірки його кількості та якості, а також для митного оформлення. Пакувальний лист містить детальну інформацію про найменування, артикули, розміри та інші характеристики товару, що дозволяє легко ідентифікувати його та дозволяє покупцю перевірити відповідність фактичної кількості та якості товару заявленим в договорі.

Пакувальний лист є одним з необхідних документів для митного оформлення товару, оскільки він містить інформацію про вміст кожної пакувальної одиниці. Крім того він допомагає при транспортуванні та зберіганні товару, оскільки він містить інформацію про розміри та вагу кожної пакувальної одиниці.

Основні відомості, які містить пакувальний лист:

- ✓ Інформація про продавця та покупця.
- ✓ Номер та дата контракту.
- ✓ Номер та дата рахунку-фактури.
- ✓ Номер та дата транспортного документа.
- ✓ Найменування товару.
- ✓ Артикули та інші ідентифікаційні дані товару.
- ✓ Кількість товару в кожній пакувальній одиниці.
- ✓ Розміри та вага кожної пакувальної одиниці.
- ✓ Загальна кількість пакувальних одиниць.
- ✓ Загальна вага брутто та нетто.
- ✓ Інструкції з транспортування та зберігання (за необхідності).

Пакувальний лист повинен бути складений у декількох примірниках (зазвичай 3-4), один з яких надається покупцю, а інші використовуються для митного оформлення та транспортування. Інформація в пакувальному листі повинна бути достовірною та відповідати фактичному вмісту пакувальних одиниць. Пакувальний лист повинен бути підписаний уповноваженою особою продавця.

Законодавство вимагає, щоб деякі товари мали спеціальне **маркування або унікальний штрих-код на упаковці**. Це необхідно для боротьби з підробками. Існує багато різних видів маркування. Цей процес полягає в нанесенні на товар або його упаковку спеціальних позначень. Ці позначення дозволяють не лише дізнатися назву товару, дату його виготовлення та інші характеристики. Вони також допомагають відстежити рух товару від виробництва до продажу або утилізації, тобто його шлях на складі. Маркуванням займається виробник, який обирає спосіб нанесення залежно від особливостей товару.

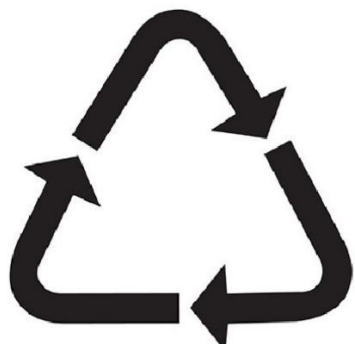
Інформація, що наноситься на товар, залежить від його специфіки. Перелік товарів, які потребують спеціальних позначень для контролю та ідентифікації, постійно розширюється, і з кожним роком зростає кількість товарів, які заборонено продавати без відповідного маркування.

На кожній етикетці мають бути зображення, текст та символи. Важливо, щоб усі елементи були чіткими та розбірливими, а текст – простим і зрозумілим. Друкуючи етикетку, необхідно використовувати контрастні кольори для літер, цифр та символів, щоб вони виділялися на фоні.

Матеріал етикетки повинен бути стійким до вологи, температурних змін та механічних пошкоджень, щоб зберегти її цілісність протягом усього терміну придатності товару. Також важливо забезпечити належні умови зберігання та використання товару.

Одним із видів маркування є нанесення товарних знаків на упаковку, символів чи малюнків безпосередньо на виріб. Розглянемо деякі з них.

Знаки, що інформують про екологічно чисті способи утилізації упаковки:



Знак у вигляді трикутника з трьох стрілок, що означають замкнутий цикл (виробництво – застосування – утилізація), вказує, що дане пакування придатне для подальшого перероблення. Усередині трикутника можуть бути одна або дві цифри, які вказують на тип паковального матеріалу: 1-19 – пластик, 20-39 – папір та картон, 40-49 – метал, 50-59 – деревина, 60-69 – тканини та текстиль, 70-79 – скло. Також під трикутником може вказуватися код пластику, з якого зроблений паковальний матеріал: PETE – поліетилентерефталат, HDPE – поліетилен високої щільності, PVC – ПВХ, полівінілхлорид, LDPE – поліетилен низької щільності, PP – поліпропілен, PS – полістирол.



Міжнародний символ вторинного перероблення – зелена стрічка Мебіуса. Символ означає, що продукт підлягає вторинному переробленню. Використовується для популяризації перероблення та заохочення людей до зменшення кількості відходів. Символом маркують паковальні матеріали, предмети побуту та електроніку.

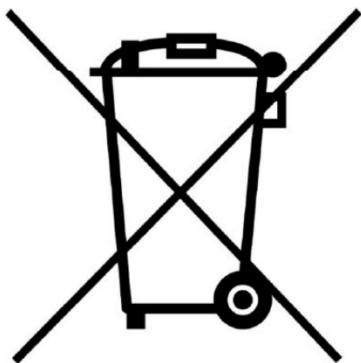


Придатно для компостування. Призначений для пакування, що розкладаються і не виділяють шкідливих речовин.

Точні критерії того, що є компостованим продуктом, можуть відрізнятися залежно від конкретного стандарту, але загалом очікується, що компостований продукт розкладається на вуглекислий газ, воду та біомасу за відносно короткий проміжок часу і не залишає жодних токсичних залишків. Знак використовується для того, щоб допомогти споживачам визначити продукти, які є більш екологічно чистими та придатними для компостування.



«Зелена крапка» або The Green Dot. Символ вказує на те, що виробник або імпортер взяв на себе відповідальність за перероблення відходів після закінчення терміну служби своєї продукції та зробив фінансовий внесок для підтримки збору, перероблення та відновлення цих відходів.



«Особлива утилізація». Пакування з такою позначкою необхідно переробляти у спеціальний спосіб, щоб не завдати шкоди навколишньому середовищу. Його не можна викидати у звичайний смітник. Зазвичай цей символ маркується на джерелах живлення (батарейках і акумуляторах), що містять небезпечні речовини: ртуть, кадмій і свинець, а також на товарах з ПВХ (полівінілхлориду), при спалюванні яких виділяються токсичні речовини.

Знаки відповідності



СЕ – символ інформує, що виріб відповідає основним вимогам директив і стандартам ЄС. Може наноситись на електричні пристрої, іграшки, предмети індивідуального захисту (окуляри протисонцеві, каски та інше), медичні вироби та інше.



Знак відповідності технічним регламентам. Свідчить про відповідність продукції загальнообов'язковим вимогам безпеки та якості, що діють на території України відносно продукції певної категорії.

Маркування косметики, товарів для побуту



Nottestedonanimals. Кролик на упаковці означає, що при виробництві косметика не проходила тестування на тваринах і всередині немає компонентів тваринного походження.



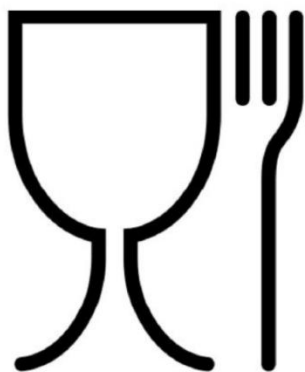
CFCFree. Маркування вказує на те, що продукт не містить хлорфторвуглеців, що заборонені або обмежені через їх шкідливий вплив на озоновий шар.



PAO - period after opening або термін придатності. Цифра означає кількість місяців та вказує на термін придатності продукту після того, як він був відкритий. Важливо зазначити, що маркування PAO є рекомендацією, а не гарантією.



GHS02.Піктограма на пакованні попереджає нас, що речовина, яка знаходиться всередині, легко запалюється. Найчастіше зустрічається на лаках для нігтів, лаках для волосся, дезодорантах, освіжувачах повітря.



FoodSafe.Маркування означає, що матеріал нетоксичний та може використовуватись для зберігання харчів, згідно з нормами ЄС. Знак зазвичай можна знайти на контейнерах та посуді для зберігання, приготування або подачі їжі.

Попереджувальні та маніпуляційні знаки, що використовують для позначення умов транспортування



Маркування повинно містити інформацію, необхідну для ідентифікації товару, його кількості, якості та походження. Воно повинно відповідати вимогам законодавства країн-учасниць угоди та міжнародним стандартам.

У контракті необхідно чітко визначити вимоги до маркування, включаючи:

- ✓ Найменування товару.
- ✓ Кількість товару.
- ✓ Вагу брутто/нетто.
- ✓ Країну походження.
- ✓ Дату виготовлення.
- ✓ Термін придатності.
- ✓ Інструкції з транспортування та зберігання.

В контракті також необхідно визначити мову, якою буде здійснюватися маркування. Зазвичай використовується мова країни-імпортера або англійська мова. Крім того варто визначити спосіб нанесення маркування (наприклад, друк, наклейки).

3.9. Строк і дата поставки в контракті ЗЕД

У зовнішньоекономічному договорі умови щодо строку та дати поставки визначають зобов'язання сторін щодо своєчасної передачі товару. **Строк поставки** - період часу, протягом якого продавець повинен виконати свої зобов'язання щодо поставки товару. Під строком поставки товару розуміють момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцеві або за його дорученням особі, що діє від його імені.

Визначена в контракті кількість товару може бути поставлена **одноразово або партіями**. При одноразовій поставці встановлюється один строк поставки. При поставці партіями у контракті вказуються проміжні строки поставки.

Строк поставки в контракті купівлі-продажу може бути встановлений одним з наступних способів:

- ✓ визначення календарного дня поставки
- ✓ визначення періоду, протягом якого повинна бути здійснена поставка.

При позначенні строку поставки календарним місяцем, кварталом або роком додають слова «*протягом*» або «*не пізніше*». При періодичних поставках строк може позначатися словами «*щомісяця*». Установлення строку поставки шляхом визначення періоду є найпоширенішим у міжнародних комерційних угодах.

Для визначення строку поставки в контракті ЗЕД можуть застосовуватись прийняті в торгівлі терміни, наприклад:

- «негайна поставка» (1-5 днів);
- «швидка поставка»;
- «без затримки»;

- «товар у наявності на місці»;
- «зі складу».

Такі терміни використовуються коли між укладанням договору і його виконанням проходить короткий строк, що обчислюється днями.

Крім того, в зовнішньоекономічному контракті може вказуватись число днів, тижнів, місяців, які відраховуються з моменту здійснення однією зі сторін (або обома сторонами) передбаченої в контракті дії щодо виконання обумовлених- контрактних зобов'язань

Наприклад: «протягом шести місяців від дня отримання продавцем повідомлення покупця (замовника) про затвердження їм технічних креслень» або «через 10—12 тижнів після поставки попередньої партії».

Іноді контрагенти взагалі не встановлюють точно строку, після закінчення якого закінчується термін можливої поставки або прийняття товару, а визначають цей строк узгодженими умовами: «по отриманню врожаю», «після відкриття навігації», тощо. При цьому, якщо в контракті не зазначається інше, строк, протягом якого товар повинен бути поставлений після настання зазначеної умови, визначається торговельними порядками й звичаями даної сфери торгівлі.

За умовами контракту покупцю може бути надане право вимагати передачі йому товару в будь-який час протягом тривалого періоду (звичайно кілька тижнів або навіть місяців) із попередженням продавця за кілька днів або тижнів про своє бажання прийняти товар. Даний спосіб не вигідний продавцеві й вигідний покупцеві, тому зустрічається в практиці торгівлі порівняно рідко.

Чітке визначення строку та дати поставки допомагає уникнути спорів та непорозумінь між сторонами. При визначенні строку та дати поставки необхідно враховувати особливості товару, умови транспортування та законодавство країн-учасниць угоди. Законодавство України під час воєнного стану встановлює граничні строки розрахунків за зовнішньоекономічними договорами.

3.10. Форс-мажор

У зовнішньоекономічному договорі форс-мажорні обставини – це непередбачувані події, які перешкоджають виконанню сторонами своїх зобов'язань. Вони звільняють сторони від відповідальності за невиконання або неналежне виконання договору.

Класичне застереження про форс мажор передбачає що *кожна зі сторін не несе відповідальності за невиконання будь-якого зі своїх зобов'язань, якщо доведе:*

- *що таке невиконання було викликано перешкодою поза її контролем; і*
- *що від неї не можна було розумно очікувати передбачення цієї перешкоди та її вплив на здатність виконати контракт при його укладанні; і*
- *що від неї не можна було обґрунтовано очікувати запобігання або подолання цієї перешкоди чи її наслідків.*

З цього застереження випливають загальні правила форс мажору (**Правило трьох “Н”**).

Якщо хоча б один з пунктів договору не виконується і сторона посилається на форс мажор, вона повинна довести:

1. **Надзвичайність події** (перешкода поза контролем сторони);
2. **Непередбачуваність події** (не можна було прийняти до уваги під час укладання договору);
3. **Неможливість уникнення та подолання наслідків події** (не можна перебороти наслідки перешкоди).

Загальноприйнятий перелік обставин форс мажору:

- ✓ війна (оголошена або неоголошена), збройний конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту (включаючи але не обмежуючись збройними атаками, блокадами, військовими ембарго), безлади, вторгнення, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація;

- ✓ громадянська війна, заколот, акти непокори, військове або незаконне захоплення влади, державний переворот, повстання, цивільні заворушення або безлади, бешкетування юрби, цивільна непокора;
- ✓ акти тероризму, диверсії або піратства;
- ✓ загальні трудові безлади, у тому числі бойкот, страйк і локаут, уповільнена робота фабрик і промислових приміщень;
- ✓ Законні чи незаконні акти уряду з виконання закону або призупинення правління правил указів, організації комендантських годин, експропріації, вилучення, захвату фабрик, реквізиції, націоналізації;
- ✓ Стихійні лиха (Acts of God), чума та епідемії, стихійні лиха такі як, але не обмежуючись: сильний шторм, циклон, тайфун, ураган, торнадо, землетрус, вулканічна активність, цунамі, засуха, пошкодження ударом блискавки, тощо.
- ✓ Вибух, пожежа, руйнування механізмів, обладнання, довгострокові перерви в роботі транспорту, телекомунікацій чи подачі електроенергії.

Засвідчення форс мажору можуть здійснювати:

- ✓ ТПП України (всі договори);
- ✓ Деякі регіональні ТПП України (у випадку, якщо в контракті ЗЕД вказана безпосередньо регіональна ТПП);
- ✓ ТПП за кордоном;
- ✓ Інші вповноважені організації за кордоном (нотаріуси, адвокати, поліція і тд).

В контракті зовнішньоекономічної діяльності варто:

1. Визначити чітку формулу форс мажору, що буде застосовуватись (застереження чи перелік подій).
2. Визначити детальний порядок сповіщення про форс мажор у випадку настання такої події.
3. Чітко визначити перелік організацій, що мають право засвідчувати факт настання форс мажору
4. Визначити можливість дострокового припинення дії контракту (на випадок довгострокової дії форс мажору).

В разі настання обставин форс мажору сторонам контракту потрібно повідомити про настання форс мажору контрагента в розумний строк, переконатися, що інша сторона отримала таке повідомлення, застосувати всі розумні заходи по зменшенню наслідків форс мажору. Після закінчення дії форс мажору знову повідомити контрагента.

Форс мажор і окремі аспекти регулювання в Україні.

Стаття 617 Цивільного кодексу України встановлює, що: *Особа, яка порушила зобов'язання, звільняється від відповідальності за порушення зобов'язання, якщо вона доведе, що це порушення сталося внаслідок випадку або непереборної сили.*

Органом, що здійснює видачу сертифікатів щодо форс мажорних обставин (обставин непереборної сили) в Україні є Торгово промислова палата України (ТППУ). Це встановлює Закон України «Про торгово промислові палати». Зокрема ст. 14-1 цього закону визначає: *Торгово-промислова палата України та уповноважені нею регіональні торгово-промислові палати засвідчують форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили) та видають сертифікат про такі обставини протягом семи днів з дня звернення суб'єкта господарської діяльності за собівартістю. Сертифікат про форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили) для суб'єктів малого підприємництва видається безкоштовно.*

Форс-мажорними обставинами (відповідно до тексту цього ж Закону) є надзвичайні та невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливають виконання зобов'язань, передбачених умовами договору (контракту, угоди тощо), обов'язків згідно із законодавчими та іншими нормативними актами, а саме:

загроза війни, збройний конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту, включаючи але не обмежуючись ворожими атаками, блокадами, військовим ембарго, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, військові дії, оголошена та неоголошена війна, дії суспільного ворога, збурення, акти тероризму, диверсії, піратства, безлади, вторгнення, блокада, революція,

заколот, повстання, масові заворушення, введення комендантської години, експропріація, примусове вилучення, захоплення підприємств, реквізиція, громадська демонстрація, блокада, страйк, аварія, протиправні дії третіх осіб, пожежа, вибух, тривалі перерви в роботі транспорту, регламентовані умовами відповідних рішень та актами державних органів влади, закриття морських проток, ембарго, заборона (обмеження) експорту/імпорту тощо, а також викликані винятковими погодними умовами і стихійним лихом, а саме: епідемія, сильний шторм, циклон, ураган, торнадо, буревій, повінь, нагромадження снігу, ожеледь, град, заморозки, замерзання моря, проток, портів, перевалів, землетрус, блискавка, пожежа, посуха, просідання і зсув ґрунту, інші стихійні лиха тощо.

Форс мажор звільняє **не від обов'язку виконувати зобов'язання, а від відповідальності за його невиконання**. Факт настання форс мажору не означає звільнення від відповідальності за невиконання всіх договорів. Необхідним є причинно-наслідковий зв'язок між форс мажором та неможливістю виконання зобов'язань. Якщо прямий причинно-наслідковий зв'язок довести складно, то відповідно можуть бути проблеми і зі звільненням від відповідальності.

ТЕМА 4. ТИПОВІ (МОДЕЛЬНІ) КОНТРАКТИ

Типові (модельні) контракти — це стандартизовані форми договорів, які використовуються для регулювання певних видів господарських відносин. Вони розробляються з метою спрощення процесу укладання угод, зменшення ризиків та забезпечення правової визначеності.

Такі контракти містять уніфіковані умови, які застосовуються до широкого кола аналогічних угод, враховують типові ризики, пов'язані з певним видом діяльності, та пропонують способи їх мінімізації. Типові контракти не є обов'язковими для використання, але можуть служити основою для розробки індивідуальних контрактів.

4.1. Типові (модельні) контракти МТП

Міжнародна торгівельна палата (МТП) / International Chamber of Commerce (ICC) - світова організація бізнесу, яка має на меті підтримку й розвиток міжнародної торгівлі й глобалізації. Членами МТП є понад 6,5 мільйонів компаній, бізнес-асоціацій та торгово-промислових палат світу. МТП має національні комітети у 91 країні світу.

Основні напрями діяльності МТП:

- ✓ розроблення правил,
- ✓ міжнародний арбітраж і
- ✓ вираження позицій бізнесу.

Компанії, що входять до складу МТП є безпосередніми учасниками міжнародного бізнесу. Міжнародна Торгова Палата розробляє правила, що регулюють світову торгівлю. Хоча ці правила є добровільними, бізнесмени щодня дотримуються їх у численних ділових операціях, і ці правила становлять основу міжнародної торгівлі.

МТП також надає послуги, зокрема, через Міжнародний арбітражний суд МТП - провідну арбітражну установу світу. Ще одна послуга МТП - Світова

Федерація Торгових Палат, міжнародна мережа торгово-промислових палат, яка відповідає за взаємодію та обмін досвідом між палатами.

Міжнародна торгова палата розробляє та публікує типові контракти, які є важливим інструментом для спрощення міжнародної торгівлі та зменшення ризиків для сторін. Цифрова бібліотека МТП дає доступ до великого спектру типових контрактів, які стандартизують умови угод, що допомагає уникнути непорозумінь та спорів між сторонами. Серед таких типових контрактів:

- ICC Model International Sale Contract / *Модельний міжнародний контракт купівлі-продажу МТП;*
- ICC Model Commercial Agency Contract / *Модельний контракт комерційного агентства МТП;*
- ICC Model International Franchising Contract / *Модельний міжнародний контракт франчайзингу МТП;*
- ICC Model Distributorship Contract / *Модельний дистриб'юторський контракт МТП;*
- ICC Model Mergers and Acquisitions Contract / *Модельний контракт злиття та поглинання МТП;*
- ICC Model International Trademark License Contract / *Модельний міжнародний контракт ліцензування товарних знаків МТП;*
- ICC Model Selective Distribution Contract / *Модельний контракт селективного дистриб'юторства МТП;*
- ICC Model Confidentiality Contract / *Модельний контракт про конфіденційність МТП;*
- ICC Model Short Forms Contract / *Модельний короткий контракт МТП;*
- ICC Model Turnkey Supply of an Industrial Plant Contract / *Модельний контракт на поставку промислового об'єкта "під ключ" МТП;*
- ICC Model International Transfer of Technology Contract / *Модельний міжнародний контракт передачі технологій МТП;*
- ICC Model Occasional Intermediary Contract / *Модельний контракт на разові посередницькі послуги МТП;*

- ICC Model Turnkey For Major Projects Contract / *Модельний контракт "під ключ" для великих проектів МТП;*
- ICC Model International Consulting Services Contract / *Модельний міжнародний контракт на консультаційні послуги МТП;*
- ICC Model Joint Venture Contract / *Модельний контракт спільного підприємства МТП;*
- ICC Model Consortium Agreement Contract / *Модельний контракт консорціумної угоди МТП;*
- ICC Model Contract For Start-ups / *Модельний контракт МТП для стартапів;*
- ICC Model Subcontract / *Модельний контракт субпідряду МТП;*
- ICC Model Online B2C General Conditions of Sale / *Модельні загальні умови продажу онлайн B2C МТП.*

Модельний міжнародний контракт купівлі-продажу МТП (ICC Model International Sale Contract) - це стандартизований договір, розроблений Міжнародною торговою палатою для використання в міжнародних торговельних операціях. Він призначений для спрощення процесу укладання угод між продавцями та покупцями з різних країн, а також для зменшення ризиків та забезпечення правової визначеності.

Типовий контракт МТП міжнародної купівлі продажу складається з двох частин:

- ✓ ***Особливі умови***, що відображають правила, які є специфічними для кожного контракту купівлі-продажу,
- ✓ ***Загальні умови***, що відображають стандартні правила, які є загальними для всіх контрактів, в які інкорпоровані Загальні умови Типового контракту.

Модель складена з урахуванням того, що як правило сторони використовують обидві частини (А та В), які кожна сторона використовує з урахуванням позиції іншої сторони. З іншого боку, сторони вільні

інкорпорувати у свій контракт тільки частину В Загальних умов. При узгодженні тільки частини В типового контракту, їм необхідно в свій контракт додати наступне: *«Даний контракт регламентується Загальними умовами Типового контракту МТП міжнародної купівлі-продажу»*.

Цей типовий контракт передусім розрахований на контракти купівлі-продажу готових виробів, призначених для перепродажу, коли покупець не є споживачем цих товарів, а контракт є незалежною угодою, а не частиною довгострокової угоди.

Якщо інше не погоджене сторонами, типовий контракт розрахований на угоди, які підпадають під регулювання Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденської конвенції 1980 р.).

Складові Типового контракту МТП з міжнародної купівлі-продажу:

А. Особливі умови.

Дають можливість сторонам узгодити конкретні умови їх контракту купівлі-продажу шляхом заповнення відповідних прогалин або вибору між пропонованими альтернативами. Сторони вказують найменування, адресу продавця і покупця, а також ПІБ та адресу контактних осіб.

А-1. Товар, що реалізується. В даному розділі сторони наводять опис товару.

А-2. Контрактна ціна. Тут наводять валюту, суму цифрами та прописом.

А-3. Умови поставки. Сторони в даному пункті мають обрати один з торговельних термінів Інкотермс, або описати інші умови поставки. Крім того тут вказується найменування та адреса перевізника, а також відповідальна особа.

А-4. Строк поставки. Вказується дата або період, протягом якого продавець зобов'язаний здійснити поставку.

А-5. Інспектування товару покупцем. Тут сторони можуть вибрати місце і час інспектування.

А-6. Збереження права власності (титулу).

А-7. Умови платежу. Серед опцій, що пропонує модельний контракт – відкритий рахунок, авансовий платіж, документарне інкасо, безвідкличний документарний акредитив, інші способи платежу. При виборі одного з інструментів сторони мають чітко визначити деталі.

А-8. Документи. Тут вказуються документи, які повинні бути надані продавцем. Серед варіантів – транспортні документи, комерційний рахунок – інвойс, пакувальний лист, документи щодо страхування, сертифікат походження, сертифікат інспектування, інше.

А-9. Дата розірвання контракту. За умови непоставки товару через будь які причини до ____.

А-10. Відповідальність за затримку. Тут визначається розмір неустойки (% від непоставленого в строк товару за тиждень, максимум ____ % від ціни ____).

А-11. Обмеження відповідальності за умови невідповідності товару. Тут може бути визначений ліміт доведених збитків сумою ____, яка не перевищує певного відсотка від ціни.

А-12. Обмеження відповідальності за умови збереження покупцем невідповідного товару. Або % від вартості такого товару, або певна сума.

А-13. Часові обмеження.

А-14. Застосовуване право.

А-15. Вирішення спорів. Варіантами пропонується або арбітраж, або судові вирішення спорів у судах загальної юрисдикції.

А-16. Інше.

В. Загальні умови.

Стаття 1. – Загальні положення.

Стаття 2. – Характеристика товару.

Стаття 3. – Інспектування товару перед завантаженням.

Стаття 4. – Ціна.

Стаття 5. – Умови платежу.

Стаття 6. – Відсотки у випадку прострочення платежу.

Стаття 7. – Збереження права власності (Титулу).

Стаття 8. - Контрактна умова поставки.

Стаття 9. - Документи.

Стаття 10. - Затримка поставки, непоставка та способи захисту, що застосовуються.

Стаття 11. - Невідповідність товару.

Стаття 12. - Співробітництво між сторонами.

Стаття 13. - Форс мажор.

Стаття 14. - Вирішення спорів.

ICC Model International Franchising Contract / Модельний міжнародний контракт франчайзингу МТП. Контракт з незалежним покупцем-перепродувачем, що володіє правом використовувати сукупність прав промислової або інтелектуальної власності та правом на надання йому комерційного або технічного сприяння в протязі певного часу. Контракт широко використовується в міжнародному комерційному обороті. Контракт передбачає різноманітні форми взаємодії його сторін: від виробничого до збутового франчайзингу, франчайзингу при наданні послуг, а також майстер-франчайзингу.

Правовласник що знаходиться в іншій країні надає користувачеві виключне право на узгодженій території по відкриттю торгових точок і право застосувати певний комплекс прав у вигляді франшизи. Правовласник передає всі права і обов'язки винятковому користувачеві, який приймає на себе зобов'язання реалізації внутрішніх угод по просуванню товару і створення товаропровідної мережі в своїй країні. Винагорода зазвичай складається з двох частин: початкового платежу, що обчислюється від вартості наданих правоволодарем послуг та наступних платежів у вигляді роялті.

Винагорода зазвичай складається з двох частин:

- ✓ початкового платежу, що обчислюється від вартості наданих правоволодільцем послуг;
- ✓ та наступних платежів у вигляді роялті.

Правовий статус франчайзі полягає в тому, що він здійснює свою діяльність як незалежного бізнес-оператора від свого імені і за свій рахунок; він не є агентом, комерційним представником, партнером або службовцем франчайзера.

Предметом даного контракту є використання комплексу виключних прав, ділової репутації і комерційного досвіду правоволодаря в узгодженому обсязі з зазначенням території у певній сфері підприємницької діяльності (продаж товарів, одержаних від правоволодаря або вироблених користувачем, здійснення іншої торгової діяльності, виконання робіт, надання послуг).

Структура контракту міжнародного франчайзингу є наступною:

1. Загальні положення:

- Визначення термінів, які використовуються в контракті.
- Визначення підприємств і території для надання франшизи.
- Права франчайзі на використання ноу-хау, реалізацію товарів.
- Права франчайзі як незалежною проф оператора, що діє від свого імені і за свій рахунок.
- Обмеження франчайзі щодо використання інтелектуальної власності франчайзера.
- Термін дії та поновлення угоди.
- Сумлінність

2. Ноу-хау:

- Зобов'язання франчайзера про поставку ноу-хау після першого внеску.
- Зобов'язання франчайзі по розширенню ділової активності та захисту інтересів франчайзера.

3. Удосконалення:

- Франчайзер доводить до відома франчайзі всі зміни.
- Зобов'язання франчайзі повідомляти про внесення змін і поліпшень.

4. Фірмові найменування, товарні знаки, патенти:

- Гарантії франчайзера про право власності.

- Зобов'язання франчайзера але реєстрації фірмових найменувань.
- Зобов'язання франчайзі використовувати фірмові найменування на умовах взаємних домовленостей з франчайзером.

5. *Сприяння:*

- Початкове навчання персоналу франчайзі.
- Додаткове навчання персоналу.
- Регламент зустрічей франчайзера і франчайзі.
- Використання рекламного бюджету.

6. *Поставка товарів:*

- Умови придбання та продажу товарів.
- Графік поставки.
- Визначення цін.

7. *Винагорода за франшизу:*

- Початковий платіж.
- Роялті.

8. *Конфіденційність:*

- Гарантії конфіденційності франчайзі та його персоналу.

9. *Страхування:*

- Зобов'язання франчайзера по страхуванню.
- Відповідальності у відношенні персоналу і третіх осіб.
- Ушкоджень або руйнування приміщень.

10. *Передача угоди:*

- Франчайзі не може без письмової згоди франчайзера здійснювати передачу третім особам прав та обов'язків за контрактом.

ICC Model Occasional Intermediary Contract / Модельний контракт на разові посередницькі послуги МТП - стандартизований договір, розроблений Міжнародною торговою палатою (МТП) для використання в міжнародних торговельних операціях, де залучається посередник на разовій основі. Цей контракт призначений для регулювання відносин між сторонами у випадках, коли посередник надає послуги з пошуку контрагентів або сприяє укладенню

угоди, але не є постійним агентом. Типовим контрактом охоплюються наступні види послуг посередником послуг:

- ✓ передача інформації;
- ✓ встановлення посередником контакту з його контрагентом і третьою стороною;
- ✓ забезпечення переговорів по укладенню контракту;
- ✓ сприяння в період виконання контракту.

Структура контракту є наступною:

1. Визначення сторін:

- Реквізити посередника і контрагента.

2. Послуги посередника:

- Надання інформації про третю сторону.
- Надання інформації щодо конкретної угоди.
- Встановлення контактів та сприяння в переговорах.

3. Передача інформації контрагенту:

- При підписанні контракту.
- Протягом певного терміну після отримання певної суми або гарантії.

4. Права посередника:

- Стосовно діяльності, здійснюваної посередником.
- По конкретній операції.
- За контрактами з третьою стороною.

5. Зобов'язання посередника по відношенню до конкурентів:

- Посередник зобов'язується не надавати послуги конкурентів.
- Посередник має право надавати послуги третій стороні.

6. Винагорода посередника:

- Розмір та тип винагороди.
- Умови отримання винагороди.
- Період часу, за який належить винагорода.

7. Перелік конфіденційної інформації.

4.2. Типові контракти МТЦ

Міжнародний торговий центр - багатостороннє агентство, яке має мандат СОТ та ООН через ЮНКТАД. МТЦ створений 1964 року за рішенням членів ГАТТ для:

- ✓ надання зовнішньоторговельної інформації;
- ✓ надання консультаційних послуг у торгівлі;
- ✓ здійсненні конкретних проєктів.

У 1968 р. ЮНКТАД став учасником МТЦ, що визначило його статус (з 1974) як робочого органу ГАТТ і ООН. МТЦ не має власного членства. З 1973 року резолюцією ЕКОСОР надано функцію центрального органу системи ООН з технічної допомоги країнам, що розвиваються, у стимулюванні експорту. З 1984 має статус Виконавчого агентства Програми розвитку ООН (ПРООН).

Міжнародний Торговельний Центр впроваджує різноманітні ініціативи для підтримки та розвитку міжнародної торгівлі, зокрема, забезпечує доступ до модельних контрактів та інших юридичних документів для полегшення торгівлі.

Ще в 1999 р. МТЦ була видана брошура, що містила типовий договір міжнародної купівлі-продажу, товарів що швидко псуються з коментарями до нього. Такі товари обрані не випадково, адже це в першу чергу - продукція сільського господарства і харчової промисловості - основний предмет експорту з країн, що розвиваються.

Робота в цьому напрямку була продовжена, і в 2010 р. з'явилася збірка МТЦ під назвою «Типові договори для малих підприємств: юридичний путівник у веденні міжнародного бізнесу».

У публікації зібрано дев'ять наступних типових договорів:

1. *Міжнародної спільної діяльності або співпраці між сторонами-підприємствами, що знаходяться в різних країнах;*
2. *Створення міжнародного корпоративного спільного підприємства - компанії, що належить і керованої спільно двома партнерами;*

3. *Міжнародної комерційної купівлі-продажу товарів - готових виробів промислового виробництва;*
4. *Міжнародної комерційної купівлі-продажу товарів - готових виробів промислового виробництва (стандартна версія);*
5. *Міжнародної довгострокової поставки промислових товарів;*
6. *Міжнародного договору на виконання проектних і дослідно-конструкторських робіт;*
7. *Міжнародної дистрибуції товарів;*
8. *Міжнародного комерційного агентування;*
9. *Міжнародного надання послуг.*

4.3. Модельні контракти FIDIC

Контракти FIDIC є загальновизнаними міжнародними стандартами для будівельних договорів, які використовуються по всьому світу. Вони підходять як для великих, так і для малих будівельних проектів, і є універсальними для сторін з різних країн, культур та правових систем.

У 1913 році, в ході проведення міжнародної промислової виставки в Бельгії, за ініціативи національних асоціацій Бельгії і Франції відбувся перший конгрес інженерів консультантів, на якому була заснована FIDIC – Міжнародна федерація інженерів консультантів. На ранніх етапах діяльність FIDIC була націлена на створення міжнародної методологічної бази, яка б регламентувала діяльності інженерів консультантів. Слід зазначити, що в різних країнах існували і існують донині різні підходи до вирішення питань, що регламентують діяльність інженерів консультантів.

Згодом функції Міжнародної федерації інженерів-консультантів розширилися, і зараз FIDIC основні зусилля концентрує на розробці і публікації типових умов контрактів для використання з метою регулювання взаємовідносин учасників міжнародних інвестиційно-будівельних процесів. Сьогодні, FIDIC - найбільший міжнародний представницький орган, утворений

національними асоціаціями інженерів-консультантів, які походять з більш ніж 100 країн у всьому світі.

Перша стандартна форма договору будівництва FIDIC, відома як **«Червона книга» FIDIC (Conditions of Contract for Construction)**, була опублікована в 1957. Перша версія договору Червоної книги FIDIC базувалася на внутрішньому контракті, який був розроблений на основі умов договору, опублікованого Інституцією будівельних інженерів. Червона книга - договір будівельного підряду, в якому проєктна документація надається підряднику замовником. При цьому договір може передбачати здійснення незначних проєктних робіт підрядником. Стандартним варіантом оплати за червоною книгою є оплата підряднику за одиницю робіт відповідно до фактично виконаного обсягу (remeasured contract). **Червона книга є найбільш популярним договором FIDIC.**

«Біла книга» FIDIC (FIDIC Client/Consultant Model Services Agreement) - це типовий договір між замовником та інженером-консультантом на надання послуг. Цей договір використовується для взаємодії між клієнтами та консультантами щодо інженерних та архітектурних послуг. Він охоплює обсяг послуг, гонорари, зобов'язання та інші умови взаємодії.

«Жовта книга» FIDIC (FIDIC Conditions of Contract for Plant and Design-Build) — це типовий контракт, розроблений для використання в будівельних проєктах, де підрядник несе відповідальність як за проєктування, так і за будівництво об'єкта. Контракт підходить для проєктів, пов'язаних із заводами, машинами та іншими спеціалізованими установками. Жовта книга також відома як договір на завод та дизайн-будівництво. Стандартним варіантом оплати за жовтою книгою є загальна фіксована ціна (lump-sum).

«Срібна книга» FIDIC (FIDIC Conditions of Contract for EPC/Turnkey Projects) — це типовий контракт, розроблений для використання в будівельних проєктах «під ключ» (EPC/Turnkey). «Срібна книга» застосовується в проєктах, де підрядник несе повну відповідальність за проєктування, закупівлю обладнання та будівництво об'єкта, а замовник отримує готовий до експлуатації

об'єкт. Підрядник несе всі ризики, пов'язані з проектуванням, будівництвом та введенням об'єкта в експлуатацію. Проектування виконується Виконавцем, а оплата зазвичай здійснюється в одноразовій формі. Стандартним варіантом оплати за срібною книгою є загальна фіксована ціна (lump-sum). Срібна книга не передбачає залучення інженера-консультанта.

«Зелена книга» FIDIC (FIDIC Short Form of Contract) — це типовий контракт, розроблений Міжнародною федерацією інженерів-консультантів (FIDIC) для використання в невеликих будівельних проектах, або проектах з обмеженим обсягом робіт. Він передбачає більш простий набір умов для договірних сторін. Застосовується до проектів із вартістю до USD 500 000 та/або строком будівництва до 6 місяців. Також може застосовуватися до більш великих проектів, якщо вони передбачають лише однотипні прості роботи. За умовами контракту підрядник здійснює всі види робіт відповідно до проекту, наданого замовником.

«Золота книга» FIDIC (FIDIC Design Build Operate) — це типовий контракт, розроблений для використання в проектах, де підрядник несе відповідальність за проектування, будівництво та експлуатацію об'єкта протягом певного періоду. Зазвичай використовується для інфраструктурних проектів з довгостроковою операційною фазою. «Золота книга» сприяє встановленню довгострокових партнерських відносин між замовником та підрядником.

«Синя книга» FIDIC (FIDIC Form of Contract for Dredging and Reclamation Works) — це типовий контракт, розроблений для використання в проектах днопоглиблювальних та меліоративних робіт. Подібно до Білої книги, Синя книга використовується для роботи з клієнтами та консультантами, але спеціально розроблена для проектів, що фінансуються міжнародними фінансовими організаціями, такими як Світовий банк або Азіатський банк розвитку. Контракт враховує специфічні умови, пов'язані з гідротехнічними роботами, такі як зміни рівня води, вплив морських течій та інші фактори.

«Рожева книга» FIDIC — це фактично модифікована версія «Червоної книги» FIDIC, спеціально розроблена для використання в проектах, які фінансуються багатосторонніми банками розвитку (MDBs). Включає додаткові положення, що стосуються закупівель, соціальних та екологічних стандартів, а також антикорупційних заходів.

Типові контракти FIDIC покликані забезпечити баланс інтересів замовника і підрядника. Однак існує принцип пріоритетного забезпечення прав і законних інтересів замовників, які, як правило, не є професійними учасниками будівельного ринку, не володіють спеціальними знаннями у цій сфері.

З огляду на це в типових контрактах FIDIC детально прописуються обов'язки підрядників і використовується багатоступінчаста система засобів забезпечення якісного і своєчасного виконання підрядником покладених на нього зобов'язань.

Підготовка договорів FIDIC – є складнішим за розробку звичайних контрактів. Не можна просто взяти типовий шаблон і змінити його на свій розсуд. Ці договори – стандарти, тому їх потрібно використовувати з розумінням. Щоб правильно скласти договір FIDIC, потрібно знати його структуру. Сучасні версії договорів FIDIC складаються з:

- ✓ загальних умов;
- ✓ інструкцій для створення особливих умов;
- ✓ різних форм.

Загальні умови – це стандартні положення, розроблені FIDIC, які включаються в договір без змін, шляхом посилання на них. Особливі умови створюються сторонами самостійно, тому FIDIC надає лише рекомендації щодо їх складання. Вони складаються з двох частин: основних даних договору та додаткових положень. Основні дані договору – це короткий документ, що містить ключові умови (терміни, ціни, реквізити) та уточнення до загальних умов. Наприклад, якщо загальні умови передбачають вибір варіанту, то цей вибір фіксується в основних даних договору. Додаткові положення - це документ, яким сторони вносять зміни до загальних умов. Проформи FIDIC

містять інструкції з підготовки спеціальних положень, включаючи приклади формулювань, які сторони можуть використовувати.

Загалом, хоча сторони мають право вносити зміни до стандартних положень FIDIC, сама організація рекомендує зберігати незмінними ключові умови щодо розподілу відповідальності. Натомість, у розділі "додаткові положення" сторони адаптують загальні умови до вимог національного законодавства та специфіки конкретного проекту.

Бачення FIDIC щодо того як слід готувати спеціальні положення відображено в Золотих принципах FIDIC. Ці принципи є наступними:

1. Обов'язки, права, зобов'язання, ролі та відповідальність сторін договору повинні бути в кінцевому підсумку такими, як це передбачено в загальних умовах, та відповідати вимогам проєкту.

2. Особливі умови повинні бути сформульовані чітко та недвозначно.

3. Особливі умови не повинні змінювати баланс розподілу ризиків та винагород, передбачений загальними умовами.

4. Усі строки, зазначені в договорі для виконання сторонами своїх зобов'язань, повинні мати розумну тривалість.

5. За винятком випадків, коли існує конфлікт із законодавством, що регулює договір, всі спори повинні передаватися на розгляд Ради з запобігання/вирішення спорів або Ради з вирішення спорів для прийняття обов'язкового до виконання рішення як попередньої умови для арбітражу. Ці ради є спеціальними органами вирішення спорів FIDIC, статус та повноваження яких ми детально розглянемо у наступних статтях цієї серії.

Окрім стандартних і спеціальних умов, договори FIDIC також містять певні форми. Залежно від типу договору, це можуть бути:

- лист із тендерною пропозицією;
- лист-підтвердження тендерної пропозиції;
- угода про запобігання/вирішення спорів;
- та договір-контракт.

Останній, договір-контракт, є стислим документом, що підтверджує факт укладення угоди між сторонами та перелічує всі документи, які становлять частину договору.

4.4. Типові контракти Orgalime

Orgalime — Європейська асоціація машинобудівної промисловості, яка представляє інтереси компаній, що працюють у галузях машинобудування, електротехніки, електроніки та металообробки. Orgalime об'єднує 39 торгових федерацій, що представляють близько 130 000 компаній з 23 країн Європи. Асоціація представляє інтереси компаній, що працюють у галузях механіки, електротехніки, електроніки та металообробки.

Orgalime активно впливає на формування політики Європейського Союзу, спрямованої на підтримку та розвиток машинобудівної промисловості. Асоціація також розробляє типові контракти та інші документи, що використовуються в міжнародній торгівлі. Контракти Orgalime створені з урахуванням потреб та особливостей машинобудівної та електротехнічної промисловості та допомагають стандартизувати та уніфікувати умови угод між підприємствами.

Контракти Orgalime враховують специфіку машинобудівної та суміжних галузей, що робить їх особливо корисними для компаній, що працюють у цих секторах. Вони призначені для використання в міжнародних торговельних операціях, що допомагає спростити процес укладання угод між компаніями з різних країн.

До типових модельних контрактів Orgalime відносяться наступні:

- ✓ ***Загальні Умови для Постачання Механічних, Електричних та Електронних Виробів (Orgalim S2000).*** Ці умови використовуються для угод між постачальниками та покупцями в галузі машинобудування та електротехніки. Вони охоплюють широкий

спектр питань, включаючи обсяг поставок, ціни, умови оплати, доставку, якість продукції, гарантії та інші важливі аспекти.

- ✓ **Умови для постачання обладнання для експорту за межі ЄС (Orgalime SE01)** - використовуються для експорту машинобудівного обладнання за межі Європейського Союзу і містять спеціальні умови, які враховують особливості міжнародних трансакцій.
- ✓ **Умови для постачання ремонтних послуг (Orgalime M2012)** - використовуються для угод з підтримки, сервісного обслуговування та ремонту обладнання.
- ✓ **Умови для Розробки Програмного Забезпечення (Orgalime SW 14)** - використовуються для угод з розробки та постачання програмного забезпечення.
- ✓ **Умови для Постачання Вбудованих Компонентів (Orgalime EUC)** - використовуються для угод з постачання вбудованих компонентів, які входять до складу складних технічних систем.

Загальні Умови для Постачання Механічних, Електричних та Електронних Виробів (Orgalim S2000) є найбільш розповсюдженою проформою контракту Orgalime. В структурі договору є наступні розділи :

1. **Преамбула**, в якій окреслюються загальні умови, описується товар (виріб).
2. **Інформація про продукт**, де надаються дані та інформація про продукт.
3. **Креслення і описи**, де описується технічна документація та механізм її передачі, а також визначаються правила конфіденційності щодо її використання.
4. **Приймальні випробовування**, де встановлюється власне сам механізм таких випробовувань, а також визначається алгоритм дій на випадок якщо виріб не відповідає контракту.
5. **Поставка. Перехід ризику**. В основному визначається відповідно до торговельних термінів Інкотермс.

6. **Термін поставки. Затримки.** Тут встановлюється спосіб комунікації, порядок дій на випадок затримки, а також механізм відшкодування збитків за такі дії.
7. **Платежі.** Загальна схема, яку пропонує контракт – оплата першої третини при заключенні контракту, другої третини – при повідомленні про готовність до відправки, і третя – при поставці.
8. **Збереження права власності.** Передбачається, що виріб залишається власністю постачальника до повної його оплати замовником.
9. **Відповідальність за дефекти.** Тут визначається порядок усунення дефектів та підстави та процедура рекламаций.
10. **Розподіл відповідальності за збитки, спричинені виробом.** Проформа передбачає, що відповідальність за збитки фіксується за стороною у власності якої знаходиться виріб (і змінюється в момент переходу права власності).
11. **Форс мажор.**
12. **Передбачуване невиконання контракту.**
13. **Непрямі збитки.**
14. **Вирішення спорів та застосоване право.**