

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**М. К. Гнатенко**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

*(для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності  
073 – Менеджмент)*

**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2018**

**Гнатенко М. К.** Організація підприємницької діяльності : конспект лекцій для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент / М. К. Гнатенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2018. – 73 с.

Автор канд. екон. наук, ст. викл. М. К. Гнатенко

Рецензент

Н. О. Кондратенко, доктор економічних. наук, професор, професор кафедри менеджменту і адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

*Рекомендовано кафедрою менеджменту і адміністрування, протокол № 1 від 31.09.2017.*

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тема 1 Організаційно - правові форми підприємницької діяльності.....	5
1.1 Поняття підприємницької діяльності.....	5
1.2 Сутність та види підприємств.....	7
1.3 Організаційно - правові форми господарських товариств.....	9
1.4 Організаційні форми об'єднань підприємств.....	13
1.5. Установчі документи суб'єктів господарювань.....	17
Тема 2 Комерційні умови контрактів.....	18
2.1 Види договорів і способи їх укладань.....	18
2.2 Базисні умови поставок .....	20
2.3 Структура та зміст контракту.....	24
Тема 3 Торговельні посередники.....	42
3.1 Поняття й види торговельних посередників.....	42
3.2 Умови роботи посередників .....	46
3.3 Винагорода посередників .....	47
Тема 4 Комерційна діяльність при торгівлі й обміну товарами та послугами	48
4.1 Торгівля готовою продукцією та продукцією у розібраному виді.....	49
4.2 Зустрічна торгівля .....	50
4.3 Оренда машин та обладнання.....	52
Тема 5 Комерційна діяльність при торгівлі інжиніринговими послугами, ліцензіями та торговельними знаками.....	58
5.1 Сутність інжинірингу та визначення вартості інжинірингових послуг....	58
5.2 Сутність ліцензування видів діяльності, винаходів та патентів.....	60
5.3 Товарні знаки .....	63
Тема 6 Організація та техніка комерційних операцій на товарних біржах, аукціонах та тендерних торгах .....	63
6.1 Поняття тендерних торгів .....	64
6.2 Біржова торгівля .....	66
6.3 Аукціонна торгівля.....	70
Список використаних джерел.....	72

## **ВСТУП**

Юридичне визнання власності в Україні активізувало розвиток підприємницької (комерційної) діяльності. У свою чергу, це вимагає освоєння нових професій, нових знань, нових підходів до цієї діяльності.

Робота в ринковій економіці висуває перед підприємцями і менеджерами вимогу високої компетентності в здійсненні бізнесу. Як підготувати й почати власну справу, які механізми функціонування підприємств і фірм, у чому суть конкуренції, як побудувати взаємовідносини з партнерами (контрагентами), у чому полягає відповідальність підприємця, який порядок державної реєстрації суб'єктів господарювання та ін.

Значна увага приділена особливостям організації та проведення тендерів для закупівель товарів або виконання робіт і послуг, які базуються на застосуванні вітчизняного законодавства. Знання цих проблем і методів їх вирішення необхідне як починаючим, так і діючим підприємцям. Вивчення курсу «Організація підприємницької діяльності» має допомогти студентам опанувати всіма перерахованими вище проблемами й успішно застосовувати їх у практиці підприємницької (комерційної) діяльності.

# ТЕМА 1 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## Питання до теми 1

- 1.1 Поняття підприємницької діяльності
- 1.2 Сутність та види підприємств
- 1.3 Організаційно-правові форми господарських товариств
- 1.4 Організаційні форми об'єднань підприємств
- 1.5 Установчі документи суб'єктів господарювань

### 1.1 Поняття підприємницької діяльності

Будь-яка підприємницька або комерційна діяльність повинна здійснюватися в рамках певної організаційної форми.

Форма підприємництва – це система норм, що встановлює внутрішні відносини між партнерами по підприємству, з одного боку, і відносини цього підприємства з іншими підприємствами й державними органами, з іншої.

Правове регулювання створення й діяльності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні проводиться відповідно до норм Цивільного й Господарського Кодексів, Законами України «Про господарські товариства», «Про акціонерні товариства», іншими законодавчими й нормативними документами.

Відповідно до прийнятого Господарського Кодексу, будь-яка господарська діяльність може бути двох видів:

- комерційна або підприємницька;
- некомерційна.

Господарська діяльність некомерційної структури не передбачає одержання прибутку. Тому ми надалі будемо говорити тільки про підприємницьку діяльність.

Під **підприємницькою діяльністю** розуміється самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, здійснювана підприємцями з метою одержання прибутку.

Основними **принципами підприємницької** діяльності є:

- воля вибору виду діяльності;
- самостійність формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, залучення матеріально-технічних, фінансових і інших ресурсів, установлення цін на продукцію й послуги;
- воля наймання працівників;
- вільне розпорядження прибутком;
- самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності.

**Суб'єктами господарювання** є:

- громадяни України, іноземці й особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані як підприємці;
- юридичні особи, зареєстровані у встановленому порядку;
- філії, представництва, і інші структурні одиниці господарських організацій, створені для здійснення господарської діяльності.

До підприємницької діяльності фізичної особи застосовуються нормативно-правові акти, які регулюють підприємницьку діяльність юридичних осіб.

**Фізична особа** – підприємець відповідає по зобов'язаннях, пов'язаним з його діяльністю, всім своїм майном, на яку згідно закону може бути накладене стягнення.

**Юридична особа** може бути створене на основі об'єднання осіб і (або) майна й залежно від порядку створення ділиться на:

- юридичні особи приватного права, що створені на основі установчих документів (Закон України «Про Господарські товариства», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань»);
- юридичні особи публічного права, що створені на основі Указів Президента України, органів державної влади й місцевого самоврядування.

Предметом розгляду в даному курсі є порядок створення, організаційно-правові форми, правовий статус юридичних осіб приватного права.

Організаційною формою господарювання виступає *підприємство*.

## 1.2 Сутність та види підприємств

**Підприємство** – це самостійний суб'єкт господарювання, створений органами державної влади, місцевого самоврядування, будь-якими іншими суб'єктами для задоволення особистих і суспільних потреб шляхом систематичної виробничої, науково-дослідної, торговельної й іншої господарської діяльності.

Залежно від форми власності підприємства можуть бути наступних видів:

- приватні, засновані на власності громадян або суб'єктів господарювання (юридичних осіб);
- комунальні, засновані на власності територіальної громади;
- державні.

Залежно від способу створення й формування статутного капіталу підприємства можуть бути *унітарними й корпоративними*.

**Унітарним** визнається підприємство, засновником якого виступає один суб'єкт господарювання.

**Корпоративним** визнається підприємства, у створенні якого беруть частка два й більше засновника.

Суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

*Суб'єктами мікропідприємництва є:*

– фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за

звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

***Суб'єктами малого підприємництва*** є:

– фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

***Суб'єктами великого підприємництва*** є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Державне підприємство, що відповідно до законодавства України не підлягає приватизації, за рішенням Кабінету Міністрів може бути перетворене в ***казенне підприємство***.

**Казенним** називається комерційне підприємство, що може бути державним або муніципальним і не наділено правом власності на закріплене за ним майно.

Казенні підприємства створюються в галузях народного господарства, у яких:

– законом дозволяється здійснювати господарську діяльність тільки державним підприємствам;



- основним (більше 50 %) споживачем послуг, продукції є держава;
- за умовами господарювання не можлива вільна конкуренція товаровиробників і споживачів;
- більше 50 % виробленої продукції є нерентабельної, хоча й суспільно необхідною продукцією;
- приватизація майнових комплексів державних підприємств заборонена законом.

### 1.3 Організаційно - правові форми господарських товариств

Підприємницька діяльність може здійснюватися в будь-яких організаційних формах, передбачених законом. Під **організаційно-правовою формою** розуміється така форма юридичної особи, що характеризує специфіку його створення, майнового статусу, характеру його прав і прав засновників (учасників) на майно, особливості їх відповідальності по зобов'язаннях суб'єкта.

Юридичні особи можуть створюватися у формі **товариств, установ** і в інших формах, встановлених законом.

**Товариством** є організація, створена шляхом об'єднання осіб або учасників і яка може бути як підприємницька, так і не мати за мету отримання прибутку.

**Установою** є організація, створена одним або декількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні їм шляхом об'єднання або виділення майна для досягнення мети, певної засновниками, за рахунок цього майна. Особливості правового статусу окремих видів установ установлюється законом.

Ухвалюючи рішення щодо вибору тієї або іншої організаційно- правової форми, підприємець визначає:

- необхідний йому рівень і обсяг можливих прав і обов'язків, що залежить від профілю та змісту майбутньої діяльності, можливого кола партнерів;

- вирішує питання про величину статутного капіталу й формі власності, що залежить від наявності коштів, масштабів, профілю майбутньої діяльності;
- статус підприємства, а саме обсяг прав, межі обов'язків і рівень відповідальності.

Товариства, які здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання й наступного розподілу прибутку між учасниками можуть бути створені тільки як *господарські товариства або виробничі кооперативи*.

**Виробничим кооперативом** є добровільне об'єднання громадян на засадах членства для загальної виробничої або іншої господарської діяльності, що базується на особистій трудовій участі й об'єднанні його членами майнових пайових внесків. Статутом кооперативу й законодавчими документами може передбачатися участь в діяльності виробничого кооперативу на засідках членства також інших осіб.

Установчим документом виробничого кооперативу є статут, що затверджується загальними зборами його членів.

Назва кооперативу повинна містити його найменування й слова «виробничий кооператив».

**Господарським товариством** є юридична особа, статутний або складений капітал якого розділений на частки між учасниками і яку може створюватися у формі:

- повного товариства;
- командитного товариства;
- товариства з обмеженою відповідальністю;
- товариства з додатковою відповідальністю;
- акціонерного товариства.

**Повним** визнається таке товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном. Найменування повного товариства повинне містити імена всіх його учасників і слова «повне товариство» або містити ім'я або найменування одного учасника з додаванням

слів «і компанія», а також слова «повне товариство». Повне товариство створюється й діє на основі установчого договору.

**Командитним товариством** визнається товариство, в якому разом з одним або більше учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників), та які не беруть участі в діяльності товариства.

Найменування командитного товариства повинне містити імена або найменування всіх його учасників і слова «командитне товариство» або містити ім'я або найменування одного повного учасника з додаванням слів «і компанія», а також слова «командитне товариство».

Якщо у найменування командитного товариства включене ім'я вкладника, такий вкладник стає повним учасником товариства.

Командитне товариство створюється й діє на основі установчого договору який підписується всіма повними учасниками. Якщо командитне товариство створюється одним повним учасником, то установчим документом є установчий акт або меморандум.

Учасниками повного товариства й повними учасники командитного товариства можуть бути особи, зареєстровані як суб'єкти підприємництва.

**Товариством з обмеженою відповідальністю** визнається товариство, що має статутний (складений) капітал, розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами.

Максимальна кількість учасників товариства з обмеженою відповідальністю може досягати 10 осіб.

Учасники товариства з обмеженою відповідальністю не відповідають по його зобов'язаннях і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх внесків.

Якщо товариство з обмеженою відповідальністю засновується декількома особами, ці особи якщо буде потреба визначають взаємини між собою щодо

створення суспільства укладають договір у письмовому виді. При цьому цей договір не є установчим документом. Установчим документом товариства з обмеженою відповідальністю є статут.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється статутний (складений) капітал, розмір якого повинен становити не менше суми, еквівалентної одній мінімальній заробітній платі, діючій на момент створення такого товариства. До моменту державної реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю його учасники повинні оплатити не менш 50 % суми своїх внесків. Частина, що залишилася, повинна бути внесена учасниками протягом одного року.

Назва товариства з обмеженою відповідальністю повинне містити найменування товариства та слова «товариство з обмеженою відповідальністю».

**Товариством з додатковою відповідальністю** визнається товариство, статутний (складений) капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного (складеного) капіталу, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника.

До товариства з додатковою відповідальністю застосовуються положення, що ставляться до товариства з обмеженою відповідальністю, якщо інше не встановлено статутом товариства та Законом «Про господарські товариства».

Акціонерним визнається товариство, яке має статутний (складений) капітал, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства.

Назва акціонерного товариства повинна містити його найменування й вказівку на те, що товариство є акціонерним. Акціонерні товариства можуть бути створені як **публічні та приватні акціонерні товариства**.

Акції **публічних** акціонерних товариств можуть поширюватися шляхом відкритої підписки та купівлі – продажу на біржах. При продажу своїх акцій власники не повинні одержувати згоди інших акціонерів на їх відчуження.

Акції **приватних акціонерних** товариств розподіляються між засновниками, чисельність яких не може перевищувати 100 осіб і не можуть розміщатися шляхом підписки, продаватися й купуватися на біржах. Акціонери приватного акціонерного товариства мають переваги при покупці акцій, які продаються іншими акціонерами.

Акціонерне товариство може бути створено одним або декількома особами. Якщо декількома – то вони укладають між собою договір, що визначає порядок здійснення ними загальної діяльності щодо створення товариства. Цей договір діє тільки до моменту державної реєстрації акціонерного товариства. Установчим документом акціонерного товариства є статут підприємства.

#### **1.4 Організаційні форми об'єднань підприємств**

Підприємства можуть на добровільних засадах поєднувати свою виробничу, наукову, комерційну й інші види діяльності. **Об'єднання підприємств** – це господарська організація, створена двома й більше підприємствами з метою координації їх виробничої, наукової й іншої діяльності для рішення загальних економічних і соціальних проблем.

В об'єднання підприємств можуть входити підприємства, створені по законодавству інших держав.

Однією з основних умов створення об'єднання підприємств, згідно українського законодавства, є попереднє одержання згоди Антимонопольного Комітету України на створення такого об'єднання.

Залежно від порядку створення об'єднання можуть бути:

- господарськими, які створюються за рішенням самих підприємств;
- державними або комунальними господарськими об'єднаннями, які створюються за рішенням Кабінету Міністрів, інших міністерств (якщо їм

передані такі повноваження) або за рішенням органів місцевого самоврядування.

Господарські об'єднання створюються й діють на основі договору або статуту, які затверджується їх засновниками.

Основними організаційно - правовими формами господарських об'єднань є:

- асоціації;
- корпорації;
- консорціуми;
- концерни.

**Асоціація** являє собою договірне об'єднання підприємств, створюване з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або декількох виробничих і управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових і матеріальних ресурсів.

Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їхні інтереси у відносинах з органами влади й інших підприємств і організаціями.

**Корпорація** – це договірне об'єднання створене на основі об'єднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з передачею окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

**Консорціум** – тимчасове уставне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками визначеної загальної господарської мети. Це може бути реалізація цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів і т.п. Консорціум використовує засоби, якими його наділяють учасники, для фінансування визначених програм. Вирішивши поставлену задачу, консорціум припиняє свою діяльність.

**Концерн** – це уставне об'єднання підприємств і інших організацій на основі їхньої фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної й ін. діяльності.

Учасники концерну наділяють його частиною своїх прав, у тому числі представляти їхні інтереси у взаєминах з органами влади, іншими підприємствами й організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно в складі інших концернів.

Державні і комунальні об'єднання створюються в основному у формі корпорацій або концернів незалежно від назви об'єднання (комбінат, трест тощо).

Поряд з добровільними існують об'єднання, що утворюються в результаті поглинання одних підприємств іншими. Прикладом подібного роду об'єднань можуть служити холдингові компанії.

Підприємства – учасники об'єднань зберігають за собою статус юридичної особи, незалежно від організаційно - правової форми об'єднання.

Рішення про створення об'єднання (уставний договір) і статут цього об'єднання узгоджується з Антимонопольним комітетом України в порядку, обумовленому чинним законодавством.

Об'єднання є юридичною особою, може мати самостійний і зведений баланс, розрахунковий та інші рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням.

Реєстрація об'єднання проводиться в порядку, встановленому Законом для підприємств.

Об'єднання не відповідає по зобов'язаннях підприємств, що входять у його склад, а підприємства не відповідають по зобов'язаннях об'єднання, якщо інше не передбачено установчим договором або статутом.

Підприємства, що входять в об'єднання, можуть вийти з його складу зі збереженням взаємних зобов'язань і укладених договорів з іншими підприємствами й організаціями.

Поряд з добровільними існують об'єднання, що утворюються в результаті поглинання одних підприємств іншими. Прикладом подібного роду об'єднань можуть служити холдингові компанії.

**Холдингова компанія** – акціонерне товариство, що володіє, користується й розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (частками, паями) двох і більше корпоративних підприємств та володіє контрольними пакетами акцій інших (одного або більше) господарських суб'єктів.

**Холдинговий корпоративний пакет** акцій (часток, паїв) – пакет акцій (часток, паїв) корпоративного підприємства, що перевищує 50 % або представляє величину, що забезпечує право вирішального впливу на господарську діяльність корпоративного підприємства.

**Корпоративне підприємство** – господарське товариство, холдинговим корпоративним пакетом акцій (часток, паїв) якого володіє, користується й розпоряджається холдингова компанія.

Холдингові компанії можуть створюватися:

- органами, уповноваженими управляти державним майном, державними органами приватизації самостійно або разом з іншими засновниками шляхом об'єднання в статутному капіталі холдингових корпоративних пакетів акцій (часток, паїв);
- іншими суб'єктами на договірних засадах.

Холдингові компанії утворюються за умови попереднього одержання дозволу Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України на концентрацію, погоджені дії суб'єктів господарювання. Холдингова компанія одержує статус юридичної особи від дня її державної реєстрації в Державному реєстрі холдингових компаній України, що є невід'ємною частиною Єдиного державного реєстру юридичних осіб і фізичної осіб - підприємців.



### **1.5. Установчі документи суб'єктів господарювань**

Створення й діяльність юридичних осіб – суб'єктів підприємництва будь-якої організаційно-правової форми неможливі без установчих документів.

Установчими документами підприємства називається комплект документів установлені законодавством форми, згідно яким підприємство виникає й діє як суб'єкт права. З погляду правової природи, установчі документи є локальними нормативними актами, тобто актами, які здобувають юридичну чинність після затвердження їх одним або декількома засновниками підприємства. Форму й зміст установчих документів визначають залежно від видів підприємств.

Основними законодавчими актами, які визначають склад і форму установчих документів є Цивільний і Господарський Кодекси, Закони України «Про господарські товариства», «Про акціонерні товариства», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань».

Цими законодавчими документами встановлено, що для створення юридичної особи необхідні наступні установчі документи:

- рішення засновників про створення підприємства або установчий договір;
- статут суб'єкта господарювання у випадках, передбачених законом.

В установчих документах повинні бути визначені – найменування й місцезнаходження суб'єкта господарювання, мета й предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподіл прибутку й збитків, умови його реорганізації й ліквідації. Крім того, залежно від специфіки створюваного підприємства, в установчих документах повинні бути відображено склад засновників, розмір і порядок внесення ними установчих внесків, сам вид внеску (гроші, майно).

Залежно від виду підприємства, основним установчим документом, на підставі якого діє юридична особа, може бути статут підприємства або

установчий договір В **установчому договорі** засновники зобов'язуються створити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності по його створенню, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутку й збитків, управління цим суб'єктом, доля в керуванні засновників, порядок входження нових засновників і ін. умови діяльності.

**Статут** суб'єкта господарювання повинен містити крім вище перерахованих моментів, розмір і порядок створення статутного капіталу, інші дані, пов'язані з особливостями організаційної форми суб'єкта господарювання.

## ТЕМА 2 КОМЕРЦІЙНІ УМОВИ КОНТРАКТІВ

### Питання до теми 2

2.1 Види договорів і способи їх укладань

2.2 Базисні умови поставок

2.3 Структура та зміст контракту

### 2.1 Види договорів і способи їх укладань

**Договір (угода, контракт)** – це дія, спрямована на придбання, зміну або припинення прав або обов'язків.

Контракти бувають:

- односторонні (наприклад заповіт);
- двосторонні (наприклад договір купівлі-продажу);
- багаторічні (наприклад договір про оренду зі страхуванням майна).

Контракти можна класифікувати по наступних ознаках:

1. За видом юридичних наслідків договір може бути **попереднім і основним**.

**Попереднім** є договір, сторони якого зобов'язуються протягом певного строку, але не пізніше одного року з моменту укладання попереднього договору, укласти основний договір у майбутньому на умовах, установлених попереднім договором. Зобов'язання, установлені попереднім договором,

припиняються якщо основний договір не укладений протягом строку, встановленого попереднім договором. У випадку, якщо одна зі сторін направила іншій стороні проект договору, а ця сторона ухиляється від його підписання, то перша сторона може в судовому порядку вимагати підписання та виконання такого договору. Для того, щоб договір про наміри вважався попереднім договором, у ньому повинне бути посилання на це.

2. Залежно від моменту укладання, договір може бути **консенсуальний**, тобто починає діяти з моменту підписання, та **реальний**, тобто потрібен час для його виконання;

3. За цілями цілям контракти можуть бути **на передачу права власності** (наприклад, купівлі - продажу, позики), **на надання товарів у користування** (наприклад, прокат, оренда), **на надання послуг** (комісія, перевезення, зберігання).

Форми укладання контрактів бувають :

- усна;
- письмова;
- письмова з нотаріальним посвідченням (у випадках, затверджених законодавством);
- за допомогою оферти.

**Усно** можуть укладатися договори, які повністю виконуються сторонами в момент їх здійснення. Виключенням є такі угоди, які підлягають нотаріальному посвідченню або для яких письмова форма є обов'язковою.

Під **офертою** у підприємницькій практиці звичайно розуміється письмова пропозиція на укладання договору. Пропозиція укласти договір повинна містити істотні умови договору й виражати намір особи, що її зробила, вважати себе зобов'язаним у випадку її прийняття.

**Істотними умовами договору**, тобто такими без яких договір вважатиметься не дійсним, є *предмет, ціна, і термін дії договору*, при цьому при описі предмета договору необхідно визначити найменування й кількість продукції (робіт, послуг).

## 2.2 Базисні умови поставок

Комплекси зобов'язань продавців і покупців з доставки товару, по моментах переходу ризику випадкового псування або загибелі товару з продавця на покупця в договорах купівлі-продажу товарів називаються **базисними умовами контрактів**. Оскільки базисні умови тривалий час мали характер звичаїв, то при їхньому застосуванні нерідко між продавцями і покупцями виникали розбіжності в трактуванні взаємних прав і обов'язків.

Щоб уникнути таких розбіжностей, що наносять шкоду учасникам торгових операцій, Міжнародна торговельна палата (Париж) розробила єдині для всіх Міжнародні правила тлумачення торгових термінів «Інкотермс» (Incoterms). Перша редакція базисних умов з'явилася в 1936р. Виправлення і доповнення були пізніше зроблені в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 і 2000 р.р. для приведення цих правил у відповідність із сучасною практикою міжнародної торгівлі. Тому для того, щоб при виконанні контрактів не виникли розбіжності, треба при посиланнях на базисні умови вказувати рік прийняття виправлень, наприклад, «Інкотермс – 2000».

Умови «Інкотермс» звичайно призначалися для використання в тих випадках, коли товари продавалися для постачання через національні кордони. Однак на практиці ці умови часто включаються в договори для продажу товарів у межах внутрішніх ринків. Так, на внутрішньому ринку України умови «Інкотермс» стали активно використовуватися з кінця 1990-хр.

Варто підкреслити, що сфера дії «Інкотермс» обмежена питаннями, зв'язаними з правами й обов'язками сторін договору купівлі-продажу у відношенні постачання проданих товарів (під словом товари тут маються на увазі «матеріальні товари», крім «нематеріальних товарів», такі як комп'ютерне програмне забезпечення).

Для зручності користування правила «Інкотермс - 2000» згруповані по чотирьох тематичних категоріях: перша група включає термін, відповідно до якого продавець тільки надає товар покупцю на власній території продавця (Е - термін EX WORKS); далі йде друга група, відповідно до якої продавець зобов'язаний поставити товар перевізнику, призначеному покупцем (F - терміни

FCA, FAS і FOB); потім група С - терміни, відповідно до яких продавець повинний укласти контракт на перевезення, але не приймає на себе ризик втрати або ушкодження товару чи додаткові витрати внаслідок подій, що мають місце після відвантаження і відправлення (CFR, CIF, CPT і CIP); і, нарешті, група D - терміни, що визначають, що продавець самостійно повинен нести усі витрати і ризики, необхідні для доставки товару в країну призначення (DAF, DES, DEQ, DDU і DDP).

Застосовуваний при позначенні базисних умов термін «вільно» («франко») означає, що покупець вільний від ризиків і усіх витрат по доставці товару до пункту, позначеного за словом «франко».

Таблиця 1 – Класифікація торгових термінів

ІНКОТЕРМС 2000		
Група Е Відправлення	EXW	Франко - завод (... назва місця)
Група F  Основне перевезення не оплачене	FCA	Франко - перевізник (... назва місця призначення)
	FAS	Франко уздовж борта судна (... назва порту відвантаження)
	FOB	Франко - борт (... назва порту відвантаження)
Група С  Основне перевезення оплачене	CFR	Вартість і фрахт (... назва порту призначення)
	CIF	Вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)
	CPT	Фрахт/перевезення оплачені до (... назва місця призначення)
	CIP	Фрахт/перевезення і страхування оплачені до (... назва місця призначення)
Група D  Прибуття	DAF	Постачання до границі (... назва місця доставки)
	DES	Постачання із судна (... назва порту призначення)
	DEQ	Постачання з пристані (... назва порту призначення)
	DDU	Постачання без оплати мита (... назва місця призначення)
	DDP	Постачання з оплатою мита (... назва місця призначення)

### **Умови «Інкотермс»:**

1. «Із заводу» («зі складу») чи «франко-завод». Дана умова означає, що обов'язок продавця обмежується наданням товару в розпорядження покупця на своєму заводі або складі. Покупець несе усі витрати і ризики перевезення товару до місця призначення.

2. «Вільно у перевізника» чи «франко-перевіжник» (у визначеному пункті). По цій умові продавець здає товар у розпорядження перевізника в пункті, обговореному в контракті. Покупець за свій рахунок укладає договір з перевізником і несе всі ризики з моменту переходу товару до перевізника.

3. «Фас» («вільно уздовж борта судна»). При цій базисній умові продавець зобов'язаний поставити за свій рахунок товар в обумовлений у контракті порт навантаження, у погоджений термін і розташувати товар уздовж борта судна, зафрахтованого покупцем.

4. «ФОВ» («вільно на борту судна»). Продавець зобов'язаний поставити за свій рахунок товар на борт судна, зафрахтованого покупцем, у погодженому порту й у встановлений термін.

5. «Каф» («вартість і фрахт»). По цій умові продавець зобов'язаний за свій рахунок зафрахтувати судно, оплатити вартість фрахту до визначеного в контракті пункту (порту) і завантажити товар на борт судна в порту відправлення у встановлений термін. Витрати по вивантаженню товару в порту призначення несе покупець (крім випадків перевезення на судах регулярних судноплавних ліній, коли витрати по вивантаженню входять у фрахт і, отже, оплачуються продавцем). Ризики випадкової загибелі товару переходять із продавця на покупця в момент фактичного переходу товару через поручні судна в порту навантаження.

6. «Сіф» («вартість, страховка, фрахт»). При цій умові продавець несе такі ж витрати, як і при «Каф». Також в обов'язок Продавця входить страхування від транспортних ризиків. Ризики випадкової загибелі товару переходять на покупця так само, як і при «Каф».

7. «Провізна плата оплачена до ... ( місце призначення )». Ця умова застосовна до будь-яких видів перевезень. Обов'язки продавця закінчуються при постачанні або здачі товару перевізнику. У цей же момент на покупця переходять усі ризики загибелі й ушкодження товару. Покупець оплачує усі витрати, зв'язані з подальшим транспортуванням товарів.

8. «Провізна плата і страховка оплачена до ... ( місце призначення )». Ця умова застосовна до будь-яких видів перевезень. В обов'язки продавця входить доставка товару в обговорене в контракті місце, страхування товару на користь покупця. Покупець несе всі ризики і витрати в процесі подальшого транспортування вантажу. Ризик загибелі товару переходить із продавця на покупця при передачі товару першому перевізнику.

9. «Поставлено на границю» («вільно на границі», «франко-границя»). Цю умову використовують при постачаннях товарів по залізниці або автодорожнім транспортом, коли транспортний процес переривається. Відповідно до даної умови продавець виконує свої зобов'язання, якщо товар прибуде на границю перед пунктом митного контролю країни, названої в контракті. Покупець за свій рахунок виконує митні формальності і несе усі витрати по вивантаженню товару після прибуття в пункт постачання на границі. Там же переходить і ризик випадкової загибелі товару на покупця.

10. «Поставлено на судні» («франко-порт призначення»). У даному випадку продавець зобов'язаний надати товар у розпорядження покупця, на борту судна в порту призначення. Він несе усі витрати і ризики, пов'язані з доставкою товару в порт призначення. Покупець оплачує розвантаження товару в порту призначення.

11. «Поставлено на пристані» («франко-пристань у порту призначення»). Відповідно до цієї умови продавець несе усі витрати по доставці товару в термін на пристань у порту призначення, включаючи оплату фрахту і витрати по вивантаженню товару. Питання про оплату мита зважується включенням у цю умову застережень: «мити оплачене» чи «мити за рахунок покупця».

Покупець несе усі витрати і ризики, що падають на товар, з моменту, коли товар знаходиться на пристані в порту призначення.

12. «Поставлено без оплати мита». Продавець несе витрати і ризики до моменту фактичного постачання товару в обумовлене місце й у термін, указаний у договорі. Він не оплачує мита, податки й інші офіційні збори по оформленню митних декларацій і не несе ризики. Покупець оплачує додаткові витрати і несе ризики, зв'язані з непередбаченими під час митними формальностями.

13. «Поставлено з оплатою мита». Ця умова застосовується для усіх видів транспорту. Воно включає максимальні обов'язки продавця. Звичайно ця умова використовується при доставці товару на склад покупця.

### **2.3 Структура та зміст контракту**

На практиці існують певні вимоги, які необхідно дотримувати при підготовці й підписанні будь-якого контракту. Насамперед це відноситься до структури самого документа. Всі розділи контракту можна розділити на наступні:

**Преамбула договору повинна** включати:

- визначення виду договору ( купівля-продаж, поставки й т.д.);
- номер контракту, що потрібний для обліку й посилання на нього у взаємній діловій переписці, а також у товаросупроводжувальних і платіжних документах. Якщо в продавця й покупця прийняті різні методи кодування контрактів, то можуть бути зазначені два номери через дріб;
- вказівка місця й дати укладання договору. Звичайно, у верхній лівій стороні аркуша, вказується місто, де укладається контракт, праворуч – дата його висновку.

#### **1. Визначення сторін**

У практиці комерційної діяльності застосовується розгорнута форма визначення сторін. Наприклад, «Товариство з обмеженою відповідальністю «АВС» в особі директора Іванова І.І., що діє на підставі Статуту, іменована надалі «Продавець» з одного боку, і Публічне акціонерне товариство «СДЕ» в



особі Голови правління Петрова П.П., що діє на підставі Статуту, іменоване надалі «Покупець» з іншого боку, уклали наступний договір про нижченаведене ...».

У цьому прикладі договір укладають, тобто підписують, директор і Голова правління, тому що вони займають посади, які по статутах цих організацій, повноважені підписувати комерційні контакти. Якщо ж від імені якої-небудь сторони підписує договір особа, посада якої за Статутом цієї організації не має право на таку дію, то для підписання контрактів така особа повинне мати доручення на здійснення дій по підписанню даного договору. Тоді текст доручення може виглядати так: «Сидорову С.С. доручено підписати договір від імені й за рахунок Приватного акціонерного товариства «СДЕ». А при визначенні сторін у тексті договору може бути використана наступна форма: «Товариство з обмеженою відповідальністю «АВС» в особі директора Іванова І.І., що діє на підставі Уставу, іменована надалі «Продавець» з одному боку, та Приватне акціонерне товариство « СДЕ » в особі Сидорова С.С., що діє на підставі доручення від такого - то числа, місяця, року і, підписана Головою правління зазначеного Приватного акціонерного товариства Івановим І.І. з іншого боку, уклали даний договір про нижченаведене ...».

Одна із серйозних помилок, що допускаються при висновку договорів, пов'язана з тим, що сторони не перевіряють повноваження один одного. Особлива увага потрібно звернути на ті, хто від імені фірми підписує договір, чи має він на це повноваження. На жаль, дуже часто сторони на це не обертають уваги, тим самим створюється можливість придбати безліч проблем, тому що договір, підписаний особою, що не має на ті права, є недійсним.

Тому перед підписанням договору, якщо раніше з даним контрагентом не було партнерських відносин, варто запросити в партнера його установчі документи й реєстраційні документи (якщо контрагент – юридична особа), попросити пред'явити або передати зареєстрований оригінал або нотаріальну копію Уставу й оригінал доручення на право підписання договору, перевірити,

чи дійсно ця організація або фірма зареєстровані у встановленому порядку, а також перевірити дійсність його розрахункового рахунку в банку.

## **2. Предмет договору**

У цьому розділі контракту визначається:

- вид угоди: купівля-продаж, підряд, оренда;
- у минулому часі вказується який товар ( послуги ) продаються;
- вказується їхня кількість;
- дається короткий опис або назва товару ( послуги );
- у випадку, якщо це не один вид товару, то дається посилання на

Специфікації, які додаються до договору і є його невід’ємною частиною.

У цьому ж розділі договору дається посилання на базисні умови поставок, якщо вони використовуються в цьому контракті. Наприклад, «Продавець продав, а Покупець купив на умовах CIF порт – Одеса ( «Інкотермс-2000»)».

## **3. Ціна й загальна сума контракту**

При встановленні ціни товару в контракті купівлі-продажу визначаються одиниця виміру, базис ціни, її валюта (при контрактах із закордонними партнерами), спосіб фіксації й рівень ціни.

**Вибір одиниці виміру**, за якої встановлюється ціна, залежить від характеру товару й сформованої практики. Так, ціна в контракті може бути встановлена за певну кількісну одиницю товару (довжина, площа, обсяг, штук, комплект, вагова одиниця).

**Базис ціни** звичайно визначається застосуванням відповідного терміна («фас», «сиф», «фоб» та ін.) із вказівкою назви пункту здачі товару. Базис ціни встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші видатки по доставці товару в ціну.

**Валюта ціни** може бути виражена у валюті експортера, імпортера або у валюті третьої країни.

Залежно від **способу фіксації** розрізняють наступні види цін:

- **тверда ціна** – установлюється в момент підписання контракту й не підлягає перегляду протягом строку виконання контракту;

– **ціна з наступною фіксацією** – установлюється в заздалегідь застережений строк по погоджених джерелах. Наприклад, контрактом може бути застережено, що ціна встановлюється на день поставки товару на рівні цін по біржових котируваннях;

– **змінні ціни** – застосовуються в контрактах із тривалими строками поставок, протягом яких можуть мінятися економічні умови. Зміст змінної ціни в тім, що ціна на товар буде автоматично змінюватися відповідно до погоджених сторін формулою інфляційного ковзання цін:

$$Ц_1 = Ц_0 A + Ц_0 M M_1 / M_0 + Ц_0 I Z I Z_1 / Z_0 + Ц_0 E Э_1 / Э_0 + Ц_0 T T_1 / T_0 ; \quad (1)$$

де **на момент підписання контракту:**

$Ц_0$  – ціна товару;

$A$  – незмінна частина видатків або інші видатки;

$M$  – частка покупних матеріалів і ресурсів у цій ціні;

$M_0$  – їхня середня ціна;

$Z$  – частка заробітної плати в ціні товару;

$Z_0$  – середня заробітна плата на підприємстві-постачальнику;

$Э$  – частка видатків на електроенергію;

$Э_0$  – вартість електроенергії, необхідної для виробництва товарів за договором;

$T$  – частка видатків на паливо;

$T_0$  – вартість палива;

**на момент поставки товару:**

$Ц_1$  – ціна товару;

$Z_1$  – середня заробітна плата;

$M_1$  – середня ціна покупних матеріалів і ресурсів;

$Э_1$  – вартість електроенергії;

$T_1$  – вартість палива.

При встановленні змінної ціни спочатку домовляються про загальну початкову базову ціну, установлюваної на дату пропозиції або підписання контракту, а потім визначають зразкова питома вага видатків у ціні.

Сумарна частка видатків повинна бути завжди дорівнює 1:

$$A + M + З + Э + T = 1$$

У контракті можуть обмовлятися моменти часу, на які будуть братися ціни. Наприклад, матеріали закупаються на момент завершення проектування й вартість матеріалів береться саме на цей період часу.

При визначенні *рівня ціни* контрагенти звичайно орієнтуються на два види цін: публікуємі й розрахункові. *Публікуємі* – це ціни, повідомлювані в спеціальних джерелах : облікові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни фактичних угод. *Розрахункові ціни* застосовуються в контрактах на нестандартне спеціалізоване встаткування, вироблене як правило, по індивідуальних замовленнях.

Для того щоб об'єктивно визначити ціну на конкретний товар необхідно вивчити ціни конкурентів на аналогічні товари із внесенням необхідних виправлень, що враховують розходження в технічних характеристиках, комерційних умовах угод, а також тенденції зміни цін у часі. Такі розрахунки робляться за допомогою *конкурентного аркуша*. Це документ узагальнюючу інформацію про техніко - економічні показники, якість, цінах і комерційних умовах при реалізації товарів. Торгівля ведеться за цінами, рівень яких стихійно складається на ринках під впливом попиту та пропозиції. Тому перед контрагентами завжди коштує завдання як можна більш точно визначити ціну на конкретний товар у регіоні, у якому буде здійснюватися угода й на той період часу, коли планується здійснення угоди. Основним методом визначення оптимального рівня цін, прийнятим у міжнародній практиці є вивчення цін конкурентів на аналогічні товари із внесенням необхідних виправлень, що враховують розходження в технічних характеристиках, у комерційних умовах (строки угоди, способи розрахунків), тенденції зміни цін у часі. Джерелами інформації про ціни (конкурентними матеріалами) можуть бути оферти, контракти конкуруючих, прејскуранти цін із вказівкою надаваних знижок, біржові котирування. Підбор конкурентних матеріалів ведеться з базисного ринку на якому умови торгівлі найбільш близькі умовам планованої угоди.

#### 4. Строк поставки товару

Під строком поставки товару розуміється момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупці або з його доручення особі, що діє від його імені. Застережене в контракті кількість товару може бути поставлене одноразово або вроздріб.

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

- визначенням календарного дня поставок;
- визначенням періоду, протягом якого повинна бути зроблена поставка: календарний місяць, квартал, рік, час місяця йди кварталу й т.п. При позначенні строку поставки *календарним днем* додають слова "протягом" або "не пізніше". При *періодичних поставках* строк може позначатися словами "щомісяця", "щокварталу";
- певною кількістю днів після його підписання ( контракт набуває чинності через 10 днів після його підписання ),
- застосуванням прийнятих у міжнародній торгівлі термінів, наприклад, таких, як «негайна поставка», «без затримки», «зі складу». Під негайною поставкою за міжнародними стандартами розуміється поставка в період з 1-го до 14-го дня з моменту підписання договору.

Залежно від способу поставки, датою поставки може вважатися:

- дата документа, видаваного транспортною організацією, що прийняла товар для перевезення;
- дата поштової квитанції ( у випадках посилкової торгівлі );
- дата складського свідоцтва;
- дата підписання акту прийому - передачі ( при одержанні товару зі складу продавця, при одержанні встаткування із заводу-виготовлювача;
- якщо встаткування поставляється вроздріб, то датою поставки буде дата поставки останньої комплектуючої частини, без якої встаткування не може бути пущене в експлуатацію.

## 5. Умови платежів

Цей розділ договору є одним з найбільш складних і важливих розділів, від точності формулювань якого залежить економічна ефективність даного контракту. В інтересах продавців і покупців варто погодити й включити в текст контракту умови взаємних платежів, визначає спосіб і порядок розрахунків між контрагентами, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань.

Існують три способи платежу:

- **платіж з авансом** ( передплата ) передбачає виплату покупцем постачальникові погоджених у контракті сум у рахунок належних за договором платежів до передачі товару в його розпорядження, а найчастіше до початку виконання замовлення. Авансовий платіж виконує двояку функцію: з одного боку, він є формою кредитування виробника, з іншого боку - служить коштами забезпечення зобов'язань, прийнятих покупцем за контрактом. При відмові покупця прийняти замовлений товар постачальник має право залишити отриманий їм аванс для відшкодування збитків. Розміри авансу міняються залежно від його цілей, вартості й строку виготовлення товару й інших умов. Найчастіше зустрічається аванс у розмірі 5-20% вартості замовлення, внесеної після підписання контракту в забезпечення виконання замовлення. Погашення авансу здійснюється звичайно шляхом заліку при поставці товару;

- **платіж у кредит з розстрочкою платежу** - передбачають розрахунки по угоді на основі надаваного виробником покупцеві кредиту. Основні форми надання кредиту:

- **фінансовий ( грошовий )**, при якому продавець дає цільовий займ покупцеві для покупки в нього товару. У цьому випадку в контракті докладно обмовляються його умови: вартість, обумовлена у відсотках річних, строк погашення, пільговий період, протягом якого по кредиту не провадиться погашення відсотків і ін.;

- **товарний**, при якому продавець продає товари покупцеві на виплат;

– **платіж готівкою** ( без розстрочки ) – проводяться через банк до або проти передачі виробником товаросупроводжувальних документів або самого товару в розпорядження покупця. Даний спосіб платежу передбачає оплату товару в повній вартості в період від його готовності до передачі його в розпорядження покупця.

Основними формами розрахунків між сторонами по договорах можуть бути розрахунки в *готівковій або в безготівковій формі* за допомогою розрахункових документів в електронному або паперовому виді. Розрахунки між юридичними, а також розрахунки за участю фізичних осіб, пов'язані зі здійсненням ними підприємницької діяльності, проводяться в безготівковій формі.

Формами розрахунків, які використовуються в договірній практиці є :

- розрахунки із застосуванням платіжних доручень;
- розрахунки за допомогою акредитивів;
- за допомогою рахункових чеків;
- розрахунки по інкасо.

**Розрахунки із застосуванням платіжних доручень** припускають, що по платіжному дорученню банк зобов'язується за дорученням платника за рахунок коштів, які розміщені на його рахунку в цьому банку, перевести певну грошову суму на рахунок певного одержувача.

Ця форма розрахунків не дає продавцям гарантії в тім, що покупець оплатить товари. Тому в умови контракту із застосуванням платіжних доручень варто включати зобов'язання покупців надавати фінансові гарантії платежів.

**Акредитивна форма розрахунків** являє собою зобов'язання покупця відкрити до встановленого в контракті строку в певному банку акредитив. **Акредитив** – це зобов'язання банку перевести на рахунок продавця або постачальника коштів проти надання погодженого з покупцем комплексу документів, що підтверджують поставку продукції відповідно до умов контракту. У комплект документів звичайно входять рахунок-фактури (інвойс),

специфікації, сертифікати якості. походження товарів, коносаменти або дублікати залізничних або автомобільних накладних, страхові поліси.

Ця форма розрахунків прискорює одержання коштів і дає гарантії виробникам у тім, що їхній товар буде оплачений.

#### **Види акредитивів:**

1. Залежно від відповідальності банків акредитиви можуть бути:

- відкличні, які можуть у будь-який момент бути змінені або анульовані банком - емітентом без попереднього повідомлення одержувача коштів;
- безвідкличний – не може бути анульований або його умови не можуть бути змінені без згоди одержувача коштів, на користь якого він був відкритий. На прохання банку-емітента виконуючий банк може підтвердити безвідкличний акредитив шляхом прийняття додаткового до зобов'язання банку- емітента, зобов'язання здійснити платіж відповідно до умов акредитивами.

Залежно від способу використання коштів:

- ділений – передбачає виплату виробникові певних погоджених у контракті сум після кожної часткової поставки;
- неподільний – припускає, що вся належному виробникові сума буде виплачена після завершення всіх поставок. Цей тип акредитива використовується при поставках окремими партіями встаткування, технологічно зв'язаного, коли не поставка однієї партії робить, неможливим використання раніше поставленого встаткування;
- револьверний (поновлюваний) – застосовується при регулярних поставках товарів, коли сума акредитива в міру виплат автоматично відновлюється в обсязі встановленого загального ліміту й терміну дії акредитива;
- трансферабельний (перекладний) – надає право виробникові передавати свої права на одержання коштів акредитива третім особам.

3. По способу забезпечення акредитиви підрозділяються на:

- **покриті** – це такі акредитиви, при відкритті яких бронюються кошти платника на окремому рахунку в банку – емітенті або виконуючому банку;



– *непокриті* – у цьому випадку банк емітент гарантує оплату по акредитиві при тимчасовій відсутності коштів на рахунку платника за рахунок банківського кредиту.

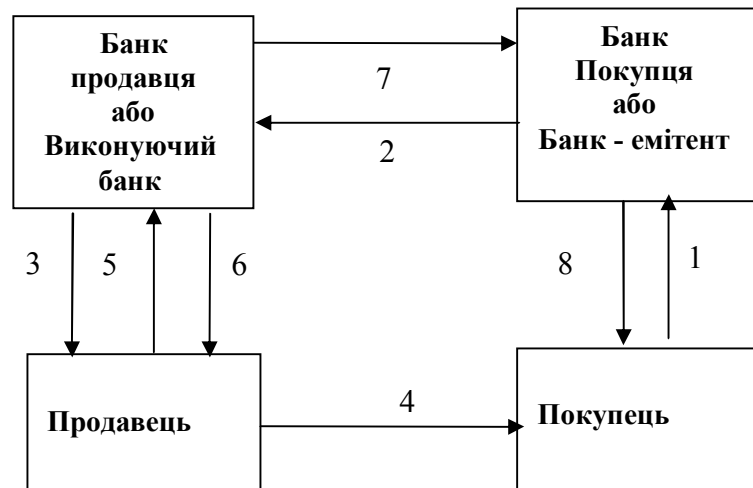


Рисунок 2.1 – Схема здійснення оплати акредитивом:

**1 етап.** Покупець дає доручення банку відкрити акредитив у банку продавця на користь продавця на певну суму й строк. Він дає це доручення:

- у строки, застережені в контракті для відкриття акредитива.
- після одержання повідомлення про готовність товару до відвантаження.
- після одержання інвойсу від капітана судна, що товар відвантажений.
- після прибуття товару в порт призначення.

**2 етап.** Банк покупця виконує це доручення.

**3 етап.** Банк продавця сповіщає про відкриття акредитива.

**4 етап.** Продавець відвантажує товар Покупцеві.

**5 етап.** Виробник товару передає своєму банку документи, що підтверджують відвантаження

**6 етап.** Банк продавця після перевірки документів умовам контракту , перелічать із акредитива певну суму

**7 етап.** Документи з банку Продавця відправляються в банк Покупця.

**8 етап.** Документи передаються Покупцеві.

## Розрахунки із застосуванням рахункових чеків

Рахунковим чеком є документ, що містить нічим не обумовлене письмове розпорядження власника рахунку (чекодавця) банку перевести зазначену в чеку грошову суму одержувачеві (чекоутримувачеві). Платником по чеку може бути лише той банк, у якому чекодавець має кошти на рахунку, яким може розпоряджатися.

**Інкасова форма розрахунків** припускає передачу продавцем доручення своєму банку на одержання від покупця певної суми проти пред'явлення йому відповідних платіжних документів, а такі векселів, чеків і інших підметів до оплати документів.

Інкасова форма розрахунків зручна для продавців товарів, тому що дає їм гарантію в тім, що товар не перейде в розпорядження покупця поки вони не оплатять товар. Але в неї є й недоліки: по-перше, відстрочка одержання платежу виробником через інтервал між відвантаженням товару й пред'явленням банку документів, по-друге, покупець монет відмовитися від оплати або може виявитися до моменту одержання документів неплатоспроможним. Тому при цій формі розрахунків продавець монет включити в контракт умова гарантування платежів третіми фірмами або банками.

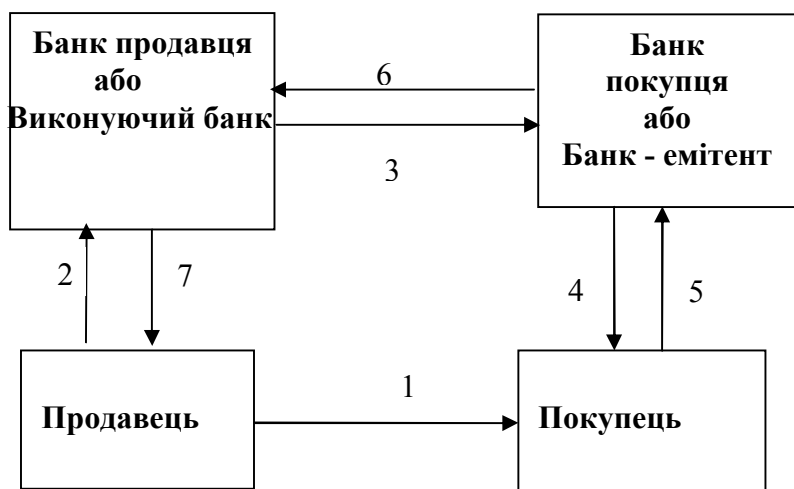


Рисунок 2.2 – Інкасо з попереднім акцептом:

**1 етап.** Відвантаження товару.

**2 етап.** Передача, застережених контрактом, комплекту документів із прикладеним до них інкасовим дорученням.

**3 етап** Виконуючий банк пересилає документи в банк платника.

**4 етап.** Банк - емітент передає їхньому покупцеві для перевірки.

**5 етап.** Якщо вони відповідають умовам контракту, то покупець підтверджує або акцептує свою згоду на оплату поставлених товарів.

**6 етап.** Перерахування грошей виконуючому банку.

**7 етап.** Зарахування платежу на рахунок продавця.

Недоліком цієї форми є те, що немає гарантій оплати для продавця й тривалий строк проходження документів і платежів. Для зменшення втрат продавців між контрагентами, що мають стабільні комерційні зв'язки, використовується інкасо з наступним акцептом.

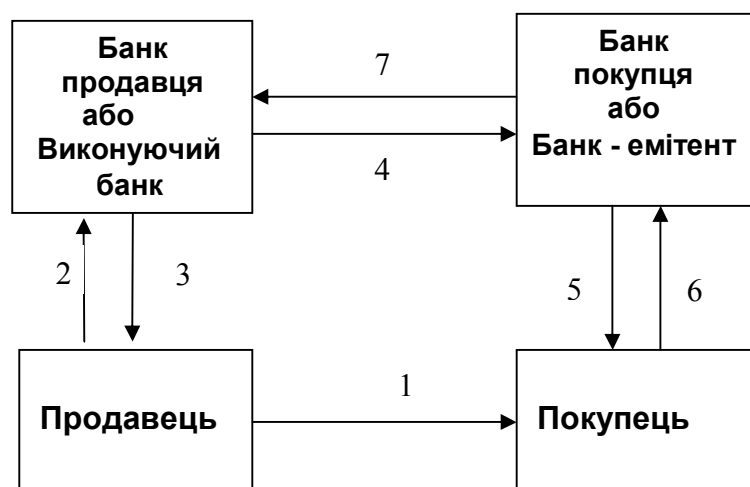


Рисунок 2.3 – Інкасо з наступним акцептом:

**1 етап.** Відвантаження товару.

**2 етап.** Передача, застережених контрактом, комплекту документів із прикладеним до них інкасовим дорученням. Виконуючий банк сам перевіряє відповідність документів вимогам контракту

**3 етап.** Зарахування платежу на рахунок продавця.

**4 етап.** Виконуючий банк інформує банк - емітент про виконану операцію й пересилає йому документи.

**5 етап.** Банк - емітент передає їхньому покупцеві для перевірки.

**6 етап.** Якщо вони відповідають умовам контракту, то покупець підтверджує або акцептує свою згоду на оплату поставлених товарів.

**7 етап.** Перерахування грошей виконуючому банку.

У випадку, якщо покупець виявив якусь невідповідність у документах і по поставці, він направляє своєму банку відмову від оплати. Тоді, суми на рахунках відновлюються й всі питання вирішують між собою продавець і покупець без участі банків.

Переваги інкасової форми розрахунку:

- гарантія для експортера, що імпортер не одержить товар без оплати
- гарантія для імпортера на відміну від передоплати, що він вступить у володіння товаром після оплати.

Недоліки інкасової форми розрахунку:

- розрив у часі між відвантаженням товару й одержанням належних сум.
- до моменту приходу документів до імпортера він може збанкрутувати й відмовитися від покупки товару (виникає проблема транспортування товару назад).

**Вексельна форма розрахунків** здійснюється шляхом використання векселя – простого або переказного. **Простий вексель** – це безумовне зобов'язання однієї особи (векселедавця) зробити сплату певної суми іншій особі (векселедержателеві) у призначений строк. **Переказний вексель або тратта** – це розпорядження однієї особи іншому сплатити в призначений строк певну суму третій особі.

Вексельна форма розрахунків використовується як гарантія платежів за поставлені товари.

Іншою формою гарантій платежів є **банківські гарантії** – це письмові зобов'язання банків виплатити по платіжних зобов'язаннях своїх клієнтів.

Гарантії банків одержують покупці й передають їхнім продавцям у забезпечення платежів.

Банківські гарантії можуть бути:

– **безумовними**, по яких платежі здійснюються по обігу кредитора у зв'язку з настанням перерахованих у гарантіях причин;

– **умовні**, по яких платежі здійснюються при настанні певних у них умов, дійсність яких повинна бути доведена кредитором.

Наступна форма, що гарантує зворотність коштів – **резервний акредитив**, **що** представляє зобов'язання банку перед виробником здійснити платіж у випадку невиконання покупцем своїх зобов'язань.

При продажі в кредит часто використовуються **форфейтингові операції**, що укладаються в тім, що банк (форфейтор) викупує векселі (тратти) покупця в продавця відразу після поставки товару, забезпечуючи негайний платіж продавцеві вартості товару за винятком різниці між вартістю надаваного й форфейтингового кредитів. Винагорода форфейтора становить 1 - 1,5 % від суми. Форфейтор жадає від покупця надання банківських гарантій або сам приймає на себе ризик за додаткову винагороду.

Інший спосіб кредитування – **факторинг**. Це відносно новий вид послуг в області фінансування, призначений у першу чергу для нових дрібних і середніх фірм. Ним займаються спеціальні фактор-фірми, які тісно пов'язані з банками, іди є їхніми дочірніми фірмами. Основним принцип факторингу полягає в тому, що фактор-фірма викупує у своїх клієнтів їхньої вимоги до своїх клієнтів, протягом 2-3 днів оплачує їм до 90 % суми у вигляді авансу, а суму, що залишилася, клієнт одержує після того, як покупець здійснить платіж.

## **6. Упакування й маркування**

Згідно Цивільного Кодексу України, продавець зобов'язаний передати покупцеві товар в упакованні або в тарі, якщо інше не встановлено договором купівлі – продажу. Наприклад, у тих випадках, коли товар не вимагає впакування – перевезення вугілля, труб, арматури.

У тих випадках, коли по роду товару впакування необхідне, у контракт вноситься умова, що містить вказівка щодо виду й характеру впакування, її якості, розмірів, способу оплати, а також нанесення на неї кожного місця маркування.

*Упакування повинне:*

- охороняти товари від ушкоджень;
- забезпечувати формування раціональних місць для транспортування, навантаження, зберігання;
- забезпечувати функції розфасовки й реклами.

Вимоги до впакування товару можна умовно розділити на загальні, які припускають, що продавець зобов'язаний забезпечити фізичну схоронність вантажів при поставці на базисних умовах, і спеціальні, які висуваються покупцем (наприклад: спеціальна розфасовка товару для збуту споживачам без додаткової переупаковки, посилена гідроізоляція або дотримання певної ваги й габаритів через піднімальні або транспортні засоби).

*Маркування вантажів* – важливий елемент при виконанні торговельних операцій.

Вона виконує наступні функції:

- надає товаросупроводжувальну інформацію, містить визначального покупця реквізити, номер контракту, вагогабаритні характеристики, номер місця й число місць у партії;
- є вказівкою транспортним фірмам по обігу з вантажем;
- при необхідності використовуватися для попередження про небезпеку, що може представляти обіг з вантажем.

Перераховані функції визначають обов'язкові реквізити, які повинні бути нанесені продавцем.

## **7. Гарантії**

У комерційних контрактах, поряд з описом технічні вимоги до товарів, звичайно втримуються посилання на міжнародні, національні й галузеві

стандарти, а також на технічні умови й інші нормативні матеріали, що визначають технічний рівень і якість товару.

У торговельній практиці прийнято не тільки погоджувати технічні вимоги до поставляємої продукції, але й гарантувати їх стабільність у продовж певного часу експлуатації при використанні.

**Комерційні гарантії якості** – це зобов’язання продавця поставити покупцеві товар, що володіє протягом установленого (гарантійного) періоду певними властивостями.

У випадку невідповідності товару вимогам контракту покупець протягом гарантійного періоду має право пред’явити продавцям *претензії до якості*.

При розгляді претензій, покупцеві звичайно надається право:

- пропорційного зменшення ціни;
- безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У випадку істотного порушення вимог щодо якості товару (виявлення недоліків, які не можна усунути, недоліків, усунення яких пов’язане з непропорційними витратами коштів і часу, недоліків, які виявлені неодноразово або з’явилися після їхнього усунення) покупець має право за своїм вибором:

- відмовитися від договору й вимагати повернення сплаченої за товар грошової суми;
- вимагати заміни товару.

Також у цьому розділі контракту звичайно перераховуються всі випадки, на які гарантії не поширюються. Зокрема, може бути передбачено, що гарантії не поширюється на швидкозношувані й запасні частини, природне спрацювання устаткування, збиток, що виник внаслідок неправильного або недбалого зберігання й обслуговування встаткування, застосування виробу не по призначенню.

Претензії, пропоновані покупцем до продавця у зв'язку з невідповідністю якості й кількості поставленого товару умовам контракту, називаються **рекламаціями**. Сторони в контракті встановлюють:

- порядок пред'явлення рекламаций;
- строки, протягом яких вони можуть бути заявлені;
- права та обов'язки сторін у зв'язку з їхнім пред'явленням;
- способи їхнього врегулювання.

Продавець зобов'язаний розглянути рекламацию й повідомити по ній своє рішення, тобто підтвердити згода задовольнити її або відмовитися від її задоволення в строки, установлені в контракті. Якщо протягом цього строку продавець не дає відповіді по суті претензії, то вона вважається визнаною продавцем, і покупець має право звернутися в господарський суд з віднесенням видатків по суду за рахунок продавця.

## **8. Штрафні санкції й відшкодування збитків**

У ході виконання договорів іноді сторони по яким – або об'єктивним або не об'єктивних причинах не виконують свої зобов'язання, наносячи своєму партнерові матеріальний і моральний збиток. У цьому випадку потерпіла сторона має право пред'явити протилежній стороні претензії з викладом вимог, передбачених умовами контакту або діючих законодавчих норм.

Відшкодування збитків означає реалізацію права на компенсацію збитків, які несе один з учасників договору через прострочення в поставках товарів, виконанні робіт, недбалості, невиконанні якихось умов договору. Право на відшкодування збитків постраждалій стороні за договором може поширюватися не тільки на реально нанесений збиток, а й на упущену вигоду.

Контракти можуть містити право покупця відмовитися від контракту, якщо тривалість прострочення велика. При цьому за ним зберігається право вимагати відшкодування збитків. Крім того, у контрактах необхідно обмовити й ті випадки, коли винною стороною може бути покупець, наприклад, якщо він затримає надання технічної документації, відкриття акредитива, платежі.



## **9. Страхування**

Цей розділ включає чотири основних умови страхування: що страхується, від яких ризиків, хто страхує, у чию користь провадиться страхування.

Звичайно при угодах товари страхуються від ризиків ушкодження або втрати при транспортуванні. У збірнику «Інкотермс» викладені обов'язки по здійсненню транспортного страхування при різних базисних умовах. Так, при «сиф» страхування зобов'язане зробити продавець; на умовах «каф» і «фоб» - покупець, при умовах «франко-склад» в обов'язок продавців входить страхування з моменту відвантаження встаткування із заводу-виготовлювача до його розміщення на складі.

Якщо контрактом не застережене інше, то зовнішнє страхування звичайно здійснюється продавцем на умовах «відповідальність за всі ризики». Найчастіше ці ризики перераховуються.

Покупці страхують товари у свою користь або на користь одержувачів вантажу. Коли страхування входить в обов'язок продавця, воно здійснюється на користь покупця або третьої особи.

Страхові поліси звичайно входять у комплект платіжних документів, які надається покупцям.

## **10. Форс-мажорні обставини**

Майже всі контракти купівлі-продажу містять умова, що дозволяє переносити строк виконання договору або взагалі звільняє сторони від повного або часткового виконання зобов'язань. Це відбувається у випадку настання після висновку контракту, що не залежать від сторін обставин, що перешкоджають виконанню договору. Такі обставини називаються обставинами непереборної чинності або форс-мажорними. До них звичайно ставляться пожежі, повені, землетруси й інші стихійні лиха, воєнні дії, урядові міри. У контракті необхідно дати перелік цих обставин. При настанні форс-мажору строк виконання зобов'язань для сторони, на яку впливають ці обставини, відсувається на весь період їхньої дії й ліквідації наслідків. Контрактом повинне передбачатися, що при настанні форс-

мажору необхідно проінформувати свого партнера про цьому й представити підтверджувальні документи, наприклад свідоцтво національної торговельної палати. Також у контракті повинен бути зазначений граничний строк, після якого сторони мають право анулювати взаємні зобов'язання. При цьому обмовляється, що жодна із сторін не буде жадати від інший відшкодування збитків.

### **11. Вирішення суперечок**

У цьому пункті контракту встановлюється порядок дозволу суперечок, які можуть виникнути між сторонами. Звичайно все суперечки й розбіжності, які можуть виникнути при виконанні договору дозволяються шляхом переговорів між сторонами. У випадку неможливості їхнього врегулювання мирним способом, у контракті обмовляється можливість звернення до господарського суду.

## **ТЕМА 3 ТОРГОВЕЛЬНІ ПОСЕРЕДНИКИ**

### **Питання до теми 3**

3.1 Поняття й види торговельних посередників

3.2 Умови роботи посередників

3.3 Винагорода посередників

### **3.1 Поняття й види торговельних посередників**

Під **торговельно-посередницькими операціями** розуміється діяльність, пов'язана з купівлею-продажем товарів, виконувана з доручення виробника (продавця) незалежним від нього торговельним посередником на основі ув'язненого між ними угоди.

Торговельне посередництво в економічному змісті – це досить широке поняття. Воно містить у собі значне коло послуг, зокрема, по пошуку контрагентів, підготовці й здійсненню угоди, кредитуванню сторін і наданню гарантій оплати товару покупцями, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів, виконання митних формальностей, проведення рекламних і інших заходів щодо просування товарів як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому, здійснення технічного обслуговування й ін.

До торговельно-посередницьких фірм ставляться фірми в юридичному й господарському відношенні не залежні від виробника й споживача товарів. Ці фірми діють із метою одержання прибутку, що може бути або в результаті різниці між цінами закупівлі товарів і цінами, по яких ці товари будуть продані, або у вигляді винагороди за надані послуги із просування товарів на ринки.

Торговельно-посередницькі фірми можуть мати власну матеріально-технічну базу, склади, демонстраційні зали, різні магазини.

Використання торговельних посередників дає певні переваги, так:

- підприємству-виготовлювачеві немає необхідності вкладати значні кошти в організацію збутової мережі;
- торговельні посередники звільняють виробника від турбот, пов'язаних з доставкою товарів, сортуванням, упакуванням, підбором по асортиментах;
- посередники, перебуваючи в більше близькому контакті з кінцевими споживачами товарів, має коштовну інформацію про рівень якості й конкурентоспроможності товарів.

Однак здійснення збуту через посередників має й недоліки. Виробник втрачає безпосередніх контактів з ринками збуту й цілком залежить від сумлінності й активності торговельного посередника.

Для того щоб визначити, чи вигідно використовувати посередників, використовують формулу розрахунки коефіцієнта ефективності використання посередників:

$$K_{\pi} = I_0 / I_1 , \quad (3.1)$$

де  $K_{\pi}$  - коефіцієнт ефективності посередника;

$I_0$  - витрати обігу на одиницю продукції без посередника;

$I_1$  - витрати обігу на одиницю продукції з урахуванням діяльності посередника.

Якщо  $K_{\pi} > 1$  , вигідно використовувати посередників,

$K_{\pi} < 1$  - тоді не вигідно.

Але бувають випадки, коли до послуг посередників прибігають навіть якщо це не вигідно, а саме:

- коли сам виробник не може вийти на ринок;
- якщо існують заборони виходу на ринок імпортерам.

Залежно від характеру взаємин між продавцем або покупцем і торговельним посередником, а також від функцій, виконуваних торговельними посередниками, можна виділити, такі види посередників: **простий, повірені, комісіонер, консигнатор, агент, дистриб'ютор.**

До *простих посередників* ставляться особи й організації, які знаходять покупців і продавців, але самі не приймають безпосереднього участі в угодах ні своїм ім'ям, ні капіталом. Таких посередників називають брокерами. Винагорода вони одержують у вигляді певного відсотка від угоди. Платять їм за те, що вони володіють інформацією.

*Повірені посередники* працюють на основі договору – доручення, по якому продавці або покупці (довірителі) доручають посередникові від імені й за рахунок довірителя робити угоди. Істотна частина договору – доручення докладний виклад повноважень повірника в частині комерційних і технічних умов. Довірителі виконують підписані повірниками контракти, відшкодовують їм понесені видатки й виплачують винагороду, що є оцінкою компетентності й оперативності посередників.

*Комісіонери* працюють на основі договору комісії, по якому одержують право підшукувати партнерів і підписувати з ними контракти від свого ім'я, але за рахунок продавця або покупця (комітентів), які несуть комерційні ризики. Перед третіми особами комісіонери виступають як продавці. Продаж товарів через комісіонерів пов'язана з передачею товарів у володіння комісіонера, що при цьому не стає власником цих товарів. Вони відповідають за схоронність товарів і зобов'язані їх страхувати на користь комітентів. Комісіонер за своє посередництво одержує від комітента комісійна винагорода. Це може бути певний відсоток від суми угоди (у середньому до 10 %) або різниця між ціною, призначеної комітентом, і реалізаційною ціною комісіонера.

*Консигнатори* працюють на умовах договору консигнації, що є різновидом договору комісії. Під договором консигнації розуміють такий

договір, відповідно до якого одна сторона (консигнатор) зобов'язується з доручення іншої (консигнанта) протягом певного часу (строку договору консигнації) за застережену винагороду продавати від свого ім'я й за рахунок консигнанта поставлені на склад консигнатора товари. Ці товари залишаються власністю консигнанта до моменту їхнього продажу третім особам. Платежі за товари, продані з консигнаційного складу, переводяться консигнатору в міру реалізації товарів зі складу. *Договори консигнації* можуть бути трьох видів:

–частково поворотна консигнація. Консигнатор приймає зобов'язання після закінчення встановленого строку купити в консигнанта не менш погодженої кількості з нереалізованого на цей термін товару;

–повністю безповоротна консигнація. Консигнатор втрачає права повернення й весь нереалізований на певний термін товар повинен бути їм купівлею;

–повністю поворотна консигнація.

**Торговельні агенти.** Агент – особа, що діє від імені й в інтересах виробника товарів або споживача. Агентські операції в торгівлі складаються в дорученні одною стороною, іменованої принципалом, не залежної від її іншій стороні, іменованої агентом (торговельного, комерційним), здійснення фактичних і юридичних дій, пов'язаних із продажем або покупкою товару на застереженій території за рахунок і від імені принципала. Агентські операції відбуваються на основі більш-менш тривалого (звичайно багаторічного) угоди, називаного агентським.

Агентстві угоди, з одного боку, завжди повинні давати досить широкі повноваження агентам, щоб створити умови для їхньої ефективної роботи, з іншого боку – повинні містити граничні повноваження, тому що агенти діють за рахунок принципалів.

Граничні повноваження стосуються головним чином цін, умов кредитів і платежів, строків поставки товарів, гарантій. Крім повноважень, агентські угоди звичайно містять досить широкий діапазон взаємних прав і обов'язків. В обов'язку агентів можуть бути включені дослідження ринків збуту, реклама,

утримування складів, організація передпродажного сервісу й технічне обслуговування. Агентські угоди визначають перелік видів товарів, з якими працюють агенти, територію, визначають умови спільної із принципалами роботи на ринку й нерідко зобов'язання агентів по обсягах збуту.

Винагорода відшкодовує агентові видатки, пов'язані з виконанням узятих зобов'язань, оцінює його активність на ринку й забезпечує одержання запланованого прибутку.

**Збутові посередники або дистриб'ютори** відрізняються від інших типів посередників тим, що самі, від свого імені і за свій рахунок укладають контракти купівлі-продажу як із продавцями, так і з покупцями. Угоди з дистриб'юторами так само, як і агентські угоди, визначають перелік товарів, що збуваються, територію, умови роботи на ринку, зобов'язання по річних обсягах збуту.

### **3.2 Умови роботи посередників**

Угоди з посередниками завжди містять номенклатуру товарів, у збуті або придбанні яких вони сприяють. У них обмовляється територія, який обмежується їхня діяльність, установлюється термін дії угоди й визначаються права й обов'язки продавців і посередників залежно від умов роботи на ринку.

Існують наступні умови роботи посередників на ринку:

– **невиняткове право роботи посередника на ринку.** У цьому випадку продавець сам або через інших посередників може збувати на застереженій території товари, аналогічні вхідної в угоду з посередником, якому надане невиняткове право роботи. При цьому посередник не має право вимагати винагороду за продані без його участі товари. Цей вид роботи посередників на ринку не створює їм стабільного положення на ринку, що стримує їх від вкладення коштів у розвиток збутової мережі, реклами, мережі технічного обслуговування. Природно, що й продавець при такій угоді не може цілком розраховувати на активну роботу посередника. Тому, такі угоди підписують звичайно з декількома посередниками при виході продавця на нові ринки, для того щоб зрівняти й вибрати найбільш перспективного партнера;

– **виключне право продажу.** Така угода позбавляє продавця можливості продавати на застереженій у контракті території самостійно або через інших посередників товари, перераховані в угоді з монопольним посередником. Угода про виключне право продажу представляє для продавців певну небезпеку з погляду можливого блокування ринку. Якщо монопольний посередник виявиться незацікавленим у збуті даної продукції за якимись причинами (наприклад, через низьку **конкурентоспроможність**, недостатню величину винагороди й т.п.), то ринок виявиться практично закритим для цього продавця до кінця дії угоди. Для того, щоб цього уникнути, продавці включають в угоди зобов'язання посередників реалізувати у встановлений термін певна кількість продукції. Крім того, в угоді обмовляються умови, при настанні яких продавець має право анулювати контракт ( наприклад, при невиконанні контрольних обсягів продажів) або змінити умови роботи посередника на ринку;

– **посередник з переважним правом продажу або "правом першої руки".** Відповідно до угоди про переважний правом продажу продавець зобов'язаний у першу чергу запропонувати товар посередникові й тільки після його відмови продати свій товар на договірній території самостійно або через інших посередників баз виплати винагороди посередникові про переважне право продажу. У таких угодах звичайно перераховуються мотиви, по яких посередники мають право відмовитися від збуту товарів. Це можуть бути незадовільні технічні характеристики, якість, строки поставки, ціни й умови платежів. Найчастіше посередники наполягають на включенні в такі угоди зобов'язання продавців не продавати на договірній території товари на більше сприятливих комерційних умовах, чим ті, які були їм запропоновані.

### **3.3 Винагорода посередників**

Посередники, фінансуючи процес обігу товарів, несуть досить істотні видатки, пов'язані з дослідженням ринків збуту, рекламою, створенням збутової мережі й пунктів сервісного обслуговування.

До основних витрат обігу посередників відносять:

– заробітна плата адміністративно-господарського персоналу з урахуванням всіх відрахувань, а також заробітна плата робітників, що здійснюють передпродажний сервіс;

– видатки на пошту, зв'язок, канцелярські товари;

– амортизаційні відрахування на будинки, спорудження, канцелярське встаткування, машини;

– видатки на утримання будинків і споруджень;

– видатки на рекламу, податки, збори.

Оскільки в результаті діяльності посередника не створюється ніякої додаткової вартості, те всі його видатки можуть покриватися тільки з винагороди, виплачуваного продавцями або покупцями. Крім того, посередник повинен одержати ще й прибуток на вкладений капітал.

Існують наступні **способи винагороди**:

– різниця між цінами реалізації товарів на ринку збуту й цінами продавця;

– нарахування на користь посередника погоджених відсотків із цін;

– змішана форма винагороди у вигляді відсотків і різниці цін;

– винагорода у твердій, заздалегідь погодженій сумі;

– виплата винагороди по системі «костплас». По цій системі посередник, що виконує певні зобов'язання, представляє продавцеві документи, що підтверджують його видатки й той відшкодовує їх і також виплачує заздалегідь погоджений відсоток за роботу;

– виплата додаткових заохочувальних винагород за виконання посередниками своїх зобов'язань.

## **ТЕМА 4 КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРИ ТОРГІВЛІ Й ОБМІНУ ТОВАРАМИ ТА ПОСЛУГАМИ**

### **Питання до теми 4**

#### **4.1 Торгівля готовою продукцією та продукцією у розібраному виді**



## 4.2 Зустрічна торгівля

## 4.3 Оренда машин та обладнання

### **4.1 Торгівля готовою продукцією та продукцією в розібраному виді**

Під *готовою продукцією* розуміється продукція, що йде кінцевому споживачеві. Однак при торгівлі деякими видами продукції буває складно визначити готову продукцію, тому що існує продукція, що йде кінцевому споживачеві як проміжна, наприклад сільськогосподарська продукція.

Торгівля готовою продукцією може здійснюється прямо, шляхом підписання контрактів безпосередньо між виробниками й споживачами товарів або через посередників.

Торгівля готовою продукцією є ефективним методом ведення торговельних операцій і займає значну питому вагу.

Але бувають випадки, при яких набагато вигідніше торгувати продукцією в розібраному виді, а саме:

- продукція занадто громіздка;
- дешевше транспортувати продукцію в розібраному виді;
- податкове законодавство країни припускає більше низькі ставки держмит на таку продукцію;
- вигідніше збирати готову продукцію, там де низька вартість робочої сили.

При торгівлі продукцією в розібраному виді необхідно дотримувати наступних правил:

- продукцію треба ділити на такі вузли й деталі, щоб на місці було зручно й нескладно їх зібрати, і кваліфікація робітників не впливала на якість готової продукції;
- точність виготовлення окремих частин повинна повністю виключити підгінні роботи при складанні;
- поділ продукції на вузли, що поставляються окремо, і деталі повинне враховувати максимально можливу економію на транспортних видатках;

–поставка продукції повинна здійснюватися вчасно, тому що порушення ритмічності різко підвищує витрати виробництва.

Поставки продукції в розібраному виді можуть здійснюватися по контрактах купівлі-продажу й на умовах консигнації. Особлива увага при узгодженні контрактів варто приділяти чіткому поділу відповідальності за якість готової продукції між постачальниками вузлів і деталей, і підприємствами, що виконують складальні роботи.

Один верб видів торгівлі продукцією в розібраному виді – ***прогресивне складання***. При цьому виді торгівлі постачальник вузлів і деталей приймає на себе зобов'язання по сприянню в поетапній організації на підприємстві, що збирає готові вироби, власного виробництва окремих частин, для того щоб протягом установленого строку повністю воно перейшло до самостійного випуску готової продукції.

В угодах про прогресивне складання звичайно обмовляється, що постачальник продає ліцензію на саму продукцію (якщо вона є) і «ноу-хау» на виробництво вузлів і деталей, поставляє технологічне встаткування або рекомендує постачальників. Угоди про прогресивне складання також можуть містити зобов'язання постачальників повідомляти про всі поліпшення конструкції й удосконалюванні технології виготовлення.

#### **4.2 Зустрічна торгівля**

***Зустрічна торгівля*** являє собою операції, при здійсненні яких у контракті фіксуються тверді зобов'язання продавців і покупців зробити повен або частково збалансований обмін товарами.

При частково збалансованому обміні різниця у вартості покривається грошовими платежами. Це самий старий вид торгівлі, що раніше застосовувався при натуральному обміні, що був згодом витиснутий товарно-грошовими відносинами. У цей час ця форма одержала новий розвиток і досить широко поширена у світі.

До зустрічної торгівлі прибігають звичайно слабо розвинені країни, для яких це можливо єдиний спосіб виходу на зовнішній ринок або можливість

експорту своєї продукції. Однак, в умовах твердої конкуренції на ринках до цього способу почали прибівати й великі підприємства для додаткової можливості збуту своєї продукції, одержуючи замість інші товари, які вони можуть використовувати у своєму виробництві або самостійно їх реалізовувати на ринку.

Специфіка зустрічної торгівлі дуже впливає на техніку операцій. Обов'язкова ланка в зустрічній торгівлі – банки, що надають сторонам необхідні кредити й здійснюють взаєморозрахунки в порядку, що гарантує виконання зустрічних зобов'язань. Також активна участь у зустрічній торгівлі приймають страхові компанії, що страхують ризики зустрічної торгівлі.

Тому що зустрічна торгівля є багатоопераційним процесом, у який включається додаткові ланки, виникає необхідність додаткового фінансування процесу обігу в порівнянні із традиційною формою торгівлі, а саме:

- з'являються додаткові посередники для реалізації отриманих у рахунок оплати товарів;
- збільшується строк обігу коштів;
- участь банків і страхових компаній також веде до подорожчання цих операцій.

Основними видами зустрічної торгівлі є: **бартерні операції, зустрічні закупівлі, операції з давальницькою сировиною й викуп застарілого обладнання.**

***Бартерні операції*** – це найбільш традиційний різновид зустрічної торгівлі, що представляє собою безвалютний, збалансований і оцінений обмін товарами.

Вартісна оцінка товарів необхідна для забезпечення:

- еквівалентності обміну;
- митного обліку;
- визначення страхових сум у випадку загибелі або ушкодження товарів;
- встановлення штрафних санкцій та інші.

**Зустрічні закупівлі** – це такі закупівлі, які здійснюються продавцями в часткову оплату проданих товарів. Контракти при такому виді торгівлі можуть включати різні варіанти зустрічних зобов'язань: містити перелік товарів, що підлягають зустрічній закупівлі, або визначати вартісної об'єм зустрічних зобов'язань у конкретній сумі або у відсотковому відношенні до суми основного контракту. Величина зустрічних зобов'язань залежить від ступеня конкуренції між продавцями, а також визначається умовами торгівлі, установленними державою.

**Операції з давальницькою сировиною** – це форма торгівлі, при якій одна зі сторін зобов'язується поставляти вихідна сировина й забирати продукти переробки або готову продукцію, а інша – переробляти сировину, називана давальницьким, своїми коштами. Оплата послуг переробних підприємств по таких угодах здійснюється поставками додаткової кількості сировини. Ці операції є збалансованими, безвалютними й заздалегідь вогненними. Взаємні зобов'язання сторін по поставках сировини й готової продукції оформляються одним контрактом.

**Викуп застарілої продукції.** При цьому виду торгівлі відбувається залік залишкової вартості товарів, що викупуваються, у ціні нових. Це один з ефективних способів збільшення продажів в умовах конкуренції на ринках збуту.

#### **4.3 Оренда машин та обладнання**

Оренда машин і встаткування вперше стала широко застосовуватися в США в 50-і роки. З 80-х років орендні операції одержали широке визнання в економіці більшості країн миру. Першість у цій області належить Австралії, де майже третина всіх промислових інвестицій фінансується за рахунок орендних операцій.

Причини настільки широкого розвитку оренди:

– додаткові можливості збуту продукції при конкуренції, що загострилася;

- можливість для покупців оновляти встаткування без одноразової мобілізації значних фінансових коштів на його придбання;
- можливість використання машин і встаткування на сезонних роботах;
- можливість тимчасового збільшення виробничих потужностей для виконання окремих великих замовлень.

Предметами оренди можуть бути :

- товари споживчого призначення (автомобілі, холодильники, телевізори, відеотехніка й ін.);
- конторське, поліграфічне встаткування, кошти обчислювальної техніки;
- транспортні засоби, дорожньо-будівельне встаткування, устаткування загального промислового призначення;
- стаціонарне встаткування й устаткування комплектних підприємств, повністю укомплектованих і готових до експлуатації (тут сполучається оренда нерухомості й промислового встаткування).

У нашій країні орендні відносини закріплюються Господарським Кодексом, Цивільним кодексом Законом України «Про лізинг».

Із закордонної практики відомо, що залежно від строків або тривалості розрізняють три види оренда:

- довгострокова – на строк більше одного року, що одержала назву **лізинг**;
- середньострокова – на строк від декількох місяців до одного року, іменована **хайринг**;
- короткострокова – на строк до декількох місяців, називана **рентинг**.

На жаль, у наших законах немає чіткого розмежування поняття оренди й лізингу.

Згідно закону України «Про Лізинг», лізинг – це підприємницька діяльність, що спрямована на інвестування власних або притягнутих фінансових коштів і укладається в наданні лізингодателем у виняткове користування на певний строк лізингоотримувачу майна, що є власністю

лізингодателя або здобувається їм у власність за дорученням і узгодженням з лізингоотримувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоотримувачем періодичних лізингових платежів.

Лізинг здійснюється за договором лізингу, що регулює правовідносин між суб'єктами лізингу, і, залежно від особливостей здійснення лізингових операцій, може бути двох видів - фінансовий або оперативний.

**Фінансовий лізинг** – це договір лізингу, у результаті висновку якого лізингоотримувач по своєму замовленню одержує в платне користування від лізингодателя предмет лізингу на такий строк, що є не менше строку, за який амортизується 60 відсотків вартості предмета лізингу, певної в день укладання договору.

Іншими словами **Фінансовий лізинг** полягає в тому, що лізингова фірма, що виступає орендодавцем, оплачує повну вартість спонукуваного або нерухомого майна, що замовляється зацікавленої в оренді фірмою в конкретного постачальника. Орендар укладає орендний договір, як правило, на тривалий строк, близький на термін окупності встаткування. Після закінчення строку договору орендар може продовжити договір, укласти новий контракт, повернути встаткування— предмет оренди або купити його по залишковій вартості. По суті фінансовий лізинг – форма довгострокового кредитування споживача встаткування, що шляхом виплати орендних платежів погашає вартість устаткування й відшкодовує послуги орендодавця, включаючи плату на фінансування.

**Оперативний лізинг** – це договір лізингу, у результаті висновку якого лізингоотримувач по своєму замовленню одержує в платне користування від лізингодателя предмет лізингу на строк, менше строку, за який амортизується 90 відсотків вартості предмета лізингу, певної в день укладання договору.

Іншими словами, **оперативний лізинг** припускає надання в оренду заздалегідь придбаних орендодавцем товарів на певний строк за встановлену в орендному договорі плату. Ціль даного виду – задовольнити тимчасові потреби орендаря в орендованому майні, або поточне користування стандартним

промисловим устаткуванням для виконання конкретних замовлень. Строк оренди тут, як правило, значно менше строків фізичного й морального спрацювання устаткування.

При оперативному лізингу ставки орендної плати вище, ніж при фінансовому, оскільки орендодавець бере на себе ризики: комерційні, морального старіння встаткування, зниження рентабельності, а також інші прямі й непрямі непродуктивні витрати, викликувані ремонтом або простоєм техніки.

По завершенні строку договору оперативного лізингу він може бути продовжений або предмет лізингу вертається лізингодателю, або передаються в користування іншому лізингоотримувачу.

Майно, передане за договором фінансового лізингу, зараховується на баланс лізингоотримувача із вказівкою, що це майно взятє у фінансовий лізинг. Майно, передане за договором оперативного лізингу, залишається на балансі лізингодателя із вказівкою, що це майно передане в лізинг, і зараховується на позабалансовому рахунку лізингоотримувача із вказівкою, що це майно отримане в лізинг.

Залежно від форми здійснення лізинг може бути зворотним, пайовим, міжнародним.

**Поворотний лізинг** являє собою договір лізингу, при якому власник устаткування продає його лізингової компанії, з якої укладає угоду про лізинг цього встаткування, тобто виступає в якості лізингоотримувача. Продавець власності, що став її орендарем, одержує у своє розпорядження від покупця погоджену суму від угоди купівлі - продажу, а покупець виступає вже як орендодавець.

**Пайовий лізинг** – це здійснення лізингу при участі суб'єктів лізингу на основі висновку багатостороннього договору й залучення одного або декількох кредиторів, які беруть участь у здійсненні лізингу, інвестуючи свої кошти. При цьому сума інвестованих кредиторами коштів не можуть становити більше 80 % вартості придбаного для лізингу майна;

**Міжнародний лізинг** – це договір лізингу, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав, або у випадку, якщо майно або платежі перетинають державні кордони.

Договір лізингу може укладатися у формі багатосторонньої угоди при участі лізингодателя, лізингоотримувача, продавця предмета лізингу або двосторонньої угоди між лізингодателем або лізингоотримувачем.

Договір лізингу повинен бути укладений у писемній формі й повинен відповідати вимогам законодавства України. Істотними умовами договору лізингу є:

- найменування сторін;
- предмет лізингу (склад і вартість майна), умови й строки його поставки;
- строк, на який укладається договір лізингу;
- розмір, склад і графік сплати лізингових платежів, умови їхнього перегляду;
- умови переоцінки вартості предмета лізингу згідно із законодавством України;
- умови повернення предмета лізингу у випадку банкрутства лізингоотримувача;
- умови страхування предмета лізингу;
- умови експлуатації й технічного обслуговування, модернізації предмета лізингу й надання інформації щодо його технічного стану;
- умови повернення предмета лізингу або його викупу по завершенні дії договору;
- умови дострокового розірвання договору лізингу;
- умови надання відомостей про фінансовий стан лізингоотримувача;
- відповідальність сторін.

У загальному виді лізингові операції можна представити у вигляді **схеми**:



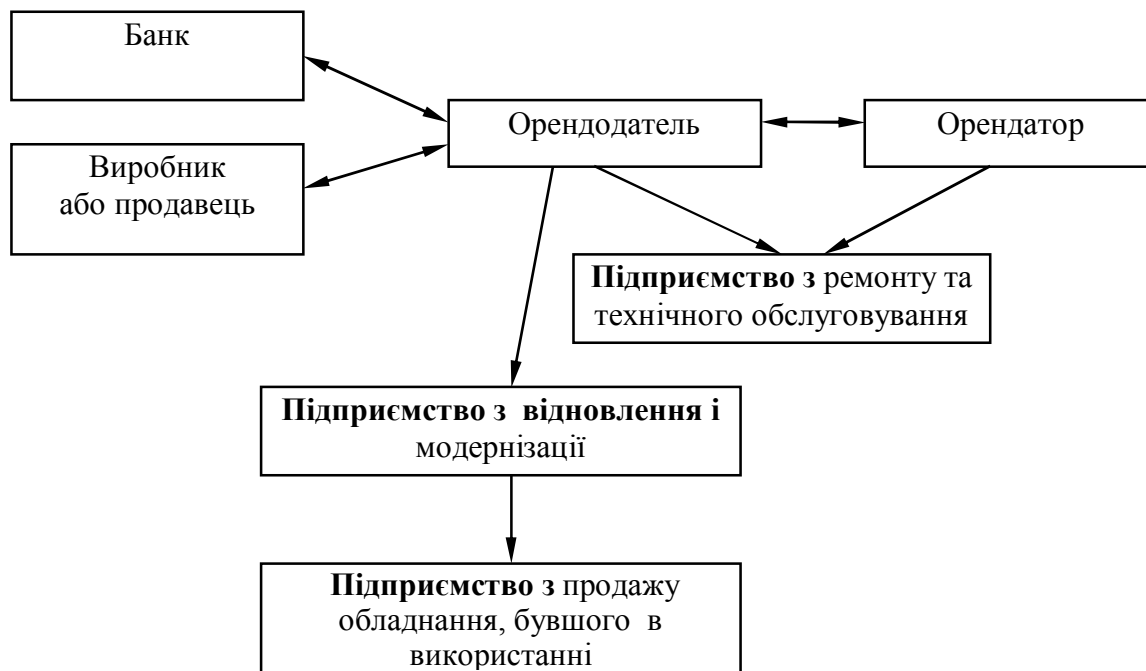


Рисунок 4.1 – Здійснення лізингових операцій

Сума орендної плати повинна відшкодовувати орендодавцеві:

- ринкову вартість закуплених у постачальників машин, устаткування й ін. за винятком їхньої залишкової вартості після закінчення строку оренда;
- вартість кредиту, отриманого від виробника, банку або іншого інвестора;
- адміністративні витрати, видатки на страхування й технічне обслуговування;
- забезпечувати одержання запланованого прибутку на капітал, вкладений їм в орендну операцію.

Орендні ставки, як і ціни, залежать від попиту та пропозиції на ринку. Але основним правилом служить те, що чиста вартість оренда з урахуванням залишкової вартості, але без видатків на страхування, технічне обслуговування й інші послуги, надавані орендодавцем, не повинна перевищувати вартості машин і устаткування при їхньому придбанні в кредит і вартості самого кредиту.

## **ТЕМА 5. КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРИ ТОРГІВЛІ ІНЖИНІРИНГОВИМИ ПОСЛУГАМИ, ЛІЦЕНЗІЯМИ ТА ТОРГОВЕЛЬНИМИ ЗНАКАМИ**

### **Питання до теми 5**

- 5.1 Сутність інжинірингу та визначення вартості інжинірингових послуг
- 5.2 Сутність ліцензування видів діяльності, винаходів та патентів
- 5.3 Товарні знаки

### **5.1 Сутність інжинірингу та визначення вартості інжинірингових послуг**

Інжиніринг або іншими словами, інженерно - консультаційні послуги вперше як самостійний вид бізнесу з'явився ще в Англії в кінці 19 століття. Із середини минулого століття починається бурхливий розвиток цього виду діяльності практично у всіх промислово – розвинених країнах і починається новий етап у розвитку інжинірингу. Якщо на попередньому етапі інжиніринг обмежувався в основному тільки наданням технічних консультацій, а всі будівельні роботи виконували фірми підрядники, то для наступного етапу характерно випереджальний розвиток інженерно - будівельних послуг переважно «під ключ».

***Інжиніринг*** як самостійний вид комерційних операцій припускає надання на основі договору підряду інжиніринговою фірмою, іменованої консультантом, іншій стороні, іменованої замовником, комплексу або окремих видів інженерно-технічних послуг, пов'язаних із проектуванням, будівництвом і введенням об'єкта в експлуатацію, з розробкою нових технологічних процесів на підприємствах замовника.

Інжинірингову діяльність можна розділити на проектно-консультаційну, підрядну й управлінську.

***Проектно-консультаційна діяльність*** укладається у виконанні замовлень на техніко-економічні дослідження, обґрунтування доцільності

розвитку нових виробництв, спорудження або реконструкції промислових об'єктів.

При цьому виді діяльності інжинірингові компанії виконують замовлення по поточному контролю й прийманню готових об'єктів, консультують замовників при виборі постачальників, представляють інтереси замовників у процесі виконання контрактних зобов'язань, готують технічні умови торгів на закупівлю встаткування.

**Підрядна діяльність** інжинірингових фірм виражається в тім, що вони приймають на себе роль генеральних постачальників і генеральних підрядників при поставках устаткування, спорудженні об'єктів. Інжинірингові фірми підписують від свого імені із замовниками контракти на спорудження об'єктів або на поставку встаткування, при цьому не будучи ні виробниками встаткування, ні виконавцями будівельних робіт.

Великі інжинірингові компанії можуть брати участь у фінансуванні поставок і робіт за рахунок власних або притягнутих коштів. Нерідко, якщо мова йде про будівництво великих об'єктів, інжинірингові фірми виступають лідерами консорціумів, приймаючи на себе розробку загальних проектів і організацію роботи консорціуму.

**Управлінська діяльність** інжинірингових фірм укладається в наданні послуг з організації виробничого й адміністративного керування підприємством. У неї входять розробка принципів планування виробництва продукції на базі маркетингових досліджень ринків, оптимізації структур керування, постановка й організація управлінського обліку, контроль якості продукції.

Одна зі складних комерційних проблем – *визначення вартості інжинірингових послуг*. Ця проблема вирішується за допомогою залучення конкурентних матеріалів, непрямих методів, що використовують вартісні відносини інжинірингових послуг до інших величин, базової ціни, отриманої шляхом розрахунків із застосуванням ставок заробітної плати на послуги фахівців різної кваліфікації.

## **5.2 Сутність ліцензування видів діяльності, винаходів та патентів**

Операції по торгівлі патентами й ліцензіями містять у собі реалізацію винаходів, передової виробничої технології, технічних знань і досвіду. В основі цих операцій лежить охорона винаходів за допомогою патентного законодавства, що надає патентовласнику виключне право на використання винаходу.

Це монопольне право полягає в тому, що протягом терміну дії патенту тільки патентовласник має право на виготовлення, застосування й продаж товарів, що втілюють даний винахід, або використання певних методів і способів виробництва цієї продукції.

**Патент на винахід** – це свідоцтво, видаване компетентними державними органами винахідникові або його правонаступникові й наявність, що засвідчує, у його власника монопольного права на використання цього винаходу.

Патентним захистом користуються лише принципово нові технічні винаходи, застосовувані у виробництві й що дозволяють досягати якісно нового технічного результату. Різного роду поліпшення й удосконалення, а також технічні знання й досвід патентному захисту не підлягають, і контроль над ними зберігається шляхом засекречування.

Якщо патентовласник за певну винагороду передає повністю власність на винахід іншій особі, то відбувається продаж патенту, що відбувається на основі патентної угоди. У цьому випадку відбувається продаж винаходу як товару. До продажу патентів прибігають, як правило, дрібні й середні фірми, винахідники - одинаки, що не розташовують досить серйозними фінансовими можливостями для самостійного використання винаходу.

У випадку, якщо патентовласник зберігає право власності на винахід і лише дозволяє на певний час за встановлену винагороду використовувати права, що випливають із патенту, мова йде про купівлю-продажу ліцензії на використання винаходу, здійснюваної на основі ліцензійної угоди.

**Ліцензією** називається дозвіл, видаване патентовласником (ліцензіаром) іншій особі або фірмі (ліцензіатові) на промислове й комерційне використання

винаходу, що користується патентним захистом, протягом обумовленого строку за певну винагороду.

У практиці ліцензійної торгівлі розрізняють три види ліцензій:

– **виключна ліцензія** – видається лише одному ліцензіатові й виключає можливість використання ліцензіаром об'єктом права інтелектуальної власності в сфері, що обмежена цією ліцензією, і видачі їм іншим особам ліцензій на використання цього об'єкта в зазначеній сфері;

– **одиначна ліцензія** – видається лише одному ліцензіатові й виключає можливість видачі ліцензіаром іншим особам ліцензій на використання об'єкта права інтелектуальної власності в сфері, що обмежена цією ліцензією, але не виключає можливості використання ліцензіаром цього об'єкта в зазначеній сфері;

– **невияткова ліцензія** – означає можливість використання ліцензіаром об'єкта права інтелектуального в сфері, що обмежена цією ліцензією, і видачі їм іншим особам ліцензій на використання цього об'єкта в зазначеній сфері.

При визначенні вартості ліцензій виникає, у більшості випадків, ряд проблем. По-перше, технічні характеристики ліцензії, що визначають її споживчі властивості, строго індивідуальні, а виходить, практично не можна знайти конкурентний матеріал. По-друге, ціна ліцензії залежить від суми додаткового прибутку, одержуваної при її використанні. Але на стадії підготовки ліцензійної угоди оцінити можливу величину прибутку ліцензіата дуже важко, тому найчастіше орієнтуються на **середньогалузеві** норми прибутку при встановленні ціни ліцензій ( у середньому 5-6 % від повної суми прибутку за час дії ліцензійної угоди).

**Найпоширенішими способами визначення цін ліцензій є:**

– по витратах на розробку винаходу або «ноу-хау» до стадії, на якій пропонується їхній продаж;

– по оцінці витрат покупця на альтернативні рішення для досягнення тих же результатів, які можуть бути отримані при використанні ліцензії.

Ліцензійні угоди можуть передбачати різні способи виплати винагороди:

– одноразовий (паушальний платіж) заздалегідь погодженої суми, що представляє вартість ліцензії. Використовується у випадках, коли вартість ліцензії відносно мала в порівнянні з вартістю встаткування або коли є складності з багаторазовими перекладами коштів;

– поступова виплата винагороди частковими платежами (роялті) пропорційно погодженим показникам діяльності ліцензіата;

– платежі в змішаній формі, наприклад, авансовий паушальний платіж під час підписання угоди, платежі роялті залежно від погоджених показників. Ця форма зараз найпоширеніша.

Для визначення розмірів роялті в ліцензійні угоди включають зобов'язання ліцензіатів надавати ліцензіарам у погоджений термін звіти про свою діяльність із вказівкою певних показників, підтверджуваними аудиторськими висновками.

Слід зазначити, що питання патентування й ліцензування можуть розглядатися не тільки як захист прав на інтелектуальну власність, але і як один зі способів державного регулювання господарської діяльності для забезпечення єдиної державної політики й захисту інтересів держави й окремих споживачів.

Із цього погляду *ліцензія* – це документ державного зразка, що свідчить про право суб'єкта господарювання (ліцензіата) на здійснення позначеного в ньому виду господарської діяльності протягом певного терміну дії ліцензії.

Згідно Господарського Кодексу в сферах певних законодавством, може здійснюватися патентування підприємницької діяльності. Наприклад, у сферах грального бізнесу, здійснення побутових послуг і ін.

У цьому випадку *торговий патент* – це державне свідоцтво, що свідчить про право суб'єкта займатися певним видом діяльності в плинні певного часу.

Існує також поняття «*спеціального торгового патенту*», що визначає право суб'єкта на особливий порядок оподатковування доходів.

### **5.3 Товарні знаки**

**Товарні знаки** – це зареєстровані у встановленому порядку позначення, що проставляються на товарі або його впакуванні для відмінності товарів різних виробників або продавців.

По способі виконання товарні знаки бувають словесні, образотворчі, об'ємні й комбіновані. Для виконання свого призначення товарний знак повинен мати психологічний вплив на споживача, тобто викликати в нього асоціацію з високою якістю, надійністю виробу. Знак повинен бути ключовим елементом рекламного стилю фірми, він у незмінній формі повинен бути присутнім на всіх видах рекламних видань, на впакуванні, комерційній документації й т.д.

Основними вимогами, пропонованими до товарних знаків є:

- індивідуальність;
- простота й легкість сприйняття;
- привабливість із естетичної точки зору;
- можливість його офіційної реєстрації.

Товарний знак не повинен містити як свої елементи емблеми, герби або прапори держав, урядів, міжнародних організацій, опис товарних властивостей виробів, оскільки вони не можуть бути об'єктом виключної власності.

У всіх країнах товарні знаки мають правову охорону. В Україні охорона товарних знаків здійснюється на підставі Закону України « Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Охоронне свідоцтво видається строком на 10 років і може потім кожні 10 років поновлятися.

## **ТЕМА 6 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНІКА КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ НА ТОВАРНИХ БІРЖАХ, АУКЦІОНАХ ТА ТЕНДЕРНИХ ТОРГАХ**

### **Питання до теми 6**

6.1 Поняття тендерних торгів

6.2 Біржова торгівля

6.3 Аукціонна торгівля

## 6.1 Поняття тендерних торгів

*Торги* – це спосіб закупівлі товарів, розміщення замовлень і видачі підрядів, що припускає залучення до певного, заздалегідь установленому строку пропозицій від декількох постачальників або підрядників різних країн (або однієї країни) і висновок з тим з них контракту, пропозиція якого найбільше вигідно тієї організації, що оголосила торги.

Такий спосіб розміщення замовлень зараз широко розповсюджений у світовій практиці й відіграє важливу роль у пошуку й відборі контрагентів для висновку угод на поставку машин і встаткування, на будівництво об'єктів «під ключ».

В Україні також активно використовуються даний спосіб розміщення замовлень.

Залежно від способу проведення розрізняють торги відкриті (публічні) і закриті (негласні). До участі у відкритих торгах залучаються всі бажаючі фірми й організації, як місцеві, так і іноземні. Інформація про майбутні торги в цьому випадку публікується в офіційних джерелах, газетах, економічних виданнях. У цих оголошеннях утримуються лише основні відомості про торги: назва організації, що проводить торги, найменування й кількість товару або обсяги робіт, на поставку й виконання яких оголошені торги, порядок і строк подання пропозицій і т.п. Ці оголошення публікуються за 1-3 місяця до початку проведення тендера залежно від обсягу замовлення. На відкритих торгах звичайно розміщаються замовлення на стандартне й універсальне встаткування, на невеликі по обсязі підрядні роботи.

До участі в закритих торгах запрошуються лише певні фірми, яким висилаються спеціальні запрошення. Звичайно це фірми, відомі в даній області виробництва, що мають великий досвід і добре технічно збройні. На закритих торгах розміщаються замовлення на унікальне, складне й спеціальне устаткування, більші обсяги підрядних робіт.



Організація або покупець, що прийняли рішення про розміщення замовлення через торги, створює тендерний комітет, до складу якого входять технічні й комерційні експерти, представники адміністрації.

Необхідно мати на увазі, що термін «тендер» у комерційній практиці вживається в різних значеннях:

- як повідомлення про майбутні торги;
- як запрошення для участі в торгах;
- як комплект тендерної документації, що відображає вимоги законодавства країни, організатора торгів;
- як проформа пропозиції, складена організатором торгів, що входить до складу тендерної документації.

*Проформа тендера* – це формуляр, що підлягає заповненню й підписанню оферентом, коли він згодний взяти на себе всі зобов'язання по виконанню роботи відповідно до умов тендерної документації або проформи тендера.

Технічні й комерційні умови торгів розробляються їхніми організаторами самостійно або із залученням спеціалізованих інжинірингових фірм. У тендерних умовах вказуються:

- найменування й кількість устаткування або іншого товару, намічуваних до закупівлі, або характер об'єкта, його потужність, продуктивність, обсяг послуг;
- всі основні технічні умови, техніко-економічні характеристики цього устаткування й відомості про те, яка додаткова документація повинна додаватися до пропозиції;
- основні комерційні умови: строки поставок, порядок установки цін, базисні умови поставки, умови платежів, внесення гарантійних застав, чи допускається використання змінних цін.;
- інша інформація, пов'язана з умовами штрафів, гарантій, вимоги по забезпеченню технічного обслуговування, поставці запасних частин і ін.

Комплект тендерних документів продається фірмам, що бажають взяти участь у торгах. Його ціна встановлюється звичайно виходячи з фактичних видатків на виготовлення тендерної документації.

Наступний етап проведення торгів – подання пропозицій учасниками торгів. У міжнародній практиці при проведенні торгів фірма-організатор іноді може зажадати від oferentів представити такі документи:

- свідоцтво торговельної палати, банку або іншої авторитетної установи про те, що дане підприємство по своїх технічних і економічних можливостях у стані виконати замовлення;

- довідку банку про внесення застави (своє зобов'язання про виконання тендерних умов oferent звичайно підкріплює внеском гарантійної суми).

Вибір постачальника – це третій етап проведення торгів. У призначений день організація, що оголосила торги, розкриває конверти із пропозиціями, що надійшли. Процедура конкурсного відбору може бути гласною й закритою, залежно від виду оголошених торгів.

Відповідно до умов торгів у всіх країнах oferent, що виграв торги, зобов'язаний внести другу гарантійну заставу як гарантію виконання замовлення й всіх умов поставки. Його величина звичайно становить від 5 до 10 % вартості замовлення. Після виконання замовлення гарантійна заставка вертається постачальникові.

Останній етап проведення тендерних торгів – підписання контракту з фірмою, що виграла торги. Умови цих контрактів практично не відрізняються від умов звичайних контрактів купівлі - продажу. Крім того, угода за результатами торгів може укладатися також шляхом прийняття пропозиції oferenta без наступного підписання контракту обома сторонами.

## **6.2 Біржова торгівля**

**Біржа** – це найбільш розвинена форма регулярно функціонуючого ринку, на якому відбуваються угоди з товарами (товарна біржа), цінними паперами (фондова біржа), або з товарами й із цінними паперами (товарно-фондова біржа). Правове положення товарних бірж визначається Законом України «Про

товарну біржу», фондових біржах – Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок».

На товарних біржах можуть відбуватися угоди зі зробленими товарами (промисловими, сільськогосподарськими), вторинними ресурсами, сировиною, відходами виробництва, на фондових біржах – угоди із цінними паперами, валютою й т.п.

По суті, біржі – комерційні посередники, які самі не беруть участь в угодах, але сприяють їхньому висновку. Біржа надає приміщення, забезпечує зв'язок зі своїми клієнтами, здійснює облік операцій, розробляє типові контракти, веде арбітражний розгляд.

Створення як товарної, так і фондової бірж здійснюється шляхом прийняття установчого договору й уставу, які містять переважно норми адміністративного (організаційного) порядку.

Основний документ, що регламентує порядок здійснення біржових операцій, ведення біржової торгівлі й дозволу суперечок – Правила біржової торгівлі. Вони розробляються з урахуванням особливостей профілю й характеру діяльності біржі й затверджуються загальними зборами членів біржі або уповноваженим їм органом.

Відповідно до діючого законодавства біржові торги проводяться привселюдно за участю членів біржі. Ними можуть бути представники брокерських фірм (контор), наділені необхідними повноваженнями, що мають право безпосереднього здійснення брокерських операцій або діючі на підставі доручення; біржові маклери-представники апарата біржі, що є ведучими торгів, що реєструють угоди. Угоди на біржі можуть укладатися тільки брокерами.

На біржі укладаються два основних види угод: ***на реальний товар і термінові (ф'ючерсні).***

***Угоди на реальний товар*** завершуються дійсним переходом товару від продавця до покупця. Залежно від строку поставки вони можуть бути з ***негайною поставкою й з поставкою в майбутньому.***

**Угоди з негайною поставкою** звичайно називаються угодами на наявний товар або лот. Такі угоди оформляються шляхом укладання договору купівлі-продажу.

**Угоди на товар з поставкою в майбутньому** називаються угодами на строк або форвардними. Вони передбачають поставку продавцем реального товару за ціною, зафіксованої в контракті в момент його висновку й у строк, обумовлений у контракті. Ці угоди оформляються шляхом висновку договору-поставки.

**Термінові (ф'ючерсні) угоди** на відміну від угод на реальний товар не передбачають зобов'язання сторін поставити або прийняти реальний товар, а припускають купівлю й продаж права на нього. Ф'ючерсний контракт не може бути просто анульований або (по біржовій термінології) ліквідований. Його ліквідація проводиться висновком протилежної угоди на рівну кількість товару або поставкою обумовленого товару в строк, передбачений у контракті. Така протилежна угода називається **офсетною операцією**. Результат таких ф'ючерсних угод - сплата або одержання різниці між ціною контракту в день його висновку й ціною його в день виконання. Реальний товар по ф'ючерсних контрактах поставляється рідко – тільки в 2-3 % від усього обсягу таких угод.

Приклад ф'ючерсної угоди. Продавець продав у січні на біржі контракт на партію металу за ціною 500 грн. за 1 т. з поставкою у квітні. Якщо на термін поставки ціна на біржі на метал підвищиться до 550 грн. за 1 т., продавець опиниться в програві, а покупець - у виграші. Як, що програла сторона, продавець повинен сплатити різницю в 50 грн. у розрахункову палату біржі, тому що при здійсненні офсетної угоди він повинен заплатити за контракт на покупку 1 т металу 550 грн. замість 500 грн., а покупець, навпаки, одержить із розрахункової палати біржі 50 грн. При угодах на строк завжди одна сторона виграє, а інша – програє.

Укладаючи угоди на біржі, їхні учасники переслідують такі цілі:

- покупку й продаж реального товару;
- здійснення спекулятивних операцій;
- страхування від можливої зміни цін (операції хеджування).

***Угоди на покупку й продаж реального товару відбуваються:***

- з виробниками – з метою реалізації вироблених ними товарів;
- зі споживачами – з метою забезпечення себе необхідними товарами, сировиною для подальшої переробки;
- з торговцями – з метою подальшого перепродажу товару кінцевим споживачам.

Ці угоди здійснюються як на наявний товар, так і на строк.

***Спекулятивні операції*** відбуваються на біржі з метою одержання прибутку від купівлі-продажу біржових контрактів. Прибуток може виникнути для однієї із сторін у результаті різниці між вартістю біржового контракту в день його висновку й вартістю його в день його виконання при сприятливому для однієї зі сторін зміні цін.

Найпростіший спосіб здійснення спекулятивної біржової операції – гра на підвищення або зниження цін у майбутньому. У цьому випадку контракти купуються про мету їхнього продажу надалі по більше високій ціні або продаються розраховуючи на наступне зниження цін.

Такі операції проводяться як з реальним товаром, так і з ф'ючерсними контрактами. Наприклад, біржовий гравець вирішив заробити на зниженні цін. Він дає вказівку брокерові продати ф'ючерсний контракт із поставкою через три місяці. Допустимо, що контракт був проданий за 100 грн., а через три місяці його ціна впала до 50 грн. Біржовий гравець дає вказівку брокерові зробити офсетну операцію, тобто купити контракт на таку ж партію товару, але тепер уже за 50 грн.. У розрахункову палату біржі він надає ф'ючерс на продаж товару за 100 грн. і офсетний контракт на покупку такої ж партії товару за 50 грн. Таким чином, біржовий гравець на цій операції заробив 50 грн.

***Операції хеджування*** здійснюються з метою запобігання втрат від зміни цін. Хеджування як особлива форма страхування торговельного ризику складається у висновку угоди на строк, зворотної по своєму втримуванню тій угоді, що відбувається на наявний товар.

Наприклад, сировинний товар, що перебуває на складі, страхується від знецінювання внаслідок можливого падіння цін. Для цього власник товару дає

брокерові вказівка продати ф'ючерс на таку ж партію товару, що зберігається в нього на складі. До моменту продажу реального товару зі складу його власник дає брокерові вказівку ліквідувати ф'ючерс, тобто купити контракт на таку ж партію товару. Якщо ціна товару дійсно знизиться, то його власник при ліквідації ф'ючерса одержить у розрахунковій палаті біржі суму, що покриває знецінювання товару. Якщо ціна товару виросте, то він повинен буде внести в розрахункову палату біржі суму, отриману при реалізації товару за цінами, що діє на момент покупки, ф'ючерса як різницю між цими цінами й ціною на товар на момент його продажу.

### **6.3 Аукціонна торгівля**

*Товарні аукціони* являють собою спеціально організовані, що періодично діють у певних місцях ринки. На цих ринках шляхом публічних торгів у заздалегідь обумовлений час провадиться продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, що володіють індивідуальними властивостями. Товар переходить у власність того покупця, що запропонував найвищу ціну.

Обов'язкова умова проведення аукціону – попередній огляд представлених до продажу товарів, тому що ні влаштовувачі аукціону, ні продавці після продажу товару з аукціону не приймають ніяких претензій відносно якості товару.

Техніка проведення аукціонів по різних товарах має свої особливості, обумовлені в першу чергу характером товару. Однак сам порядок проведення аукціонів приблизно однаковий. У їхньому проведенні розрізняють чотири стадії: *підготовка самого торгу, огляд товарів, аукціонний торг, оформлення й виконання аукціонного контракту.*

**Підготовка аукціону** починається за кілька місяців до його початку. Товар, що збираються реалізувати через аукціон, доставляється на склад аукціонної компанії, де її фахівці проводять необхідне сортування й добірку товарів по можливо однорідних якісних ознаках.

Розсортований товар розбивається на партії – *лоти*. Ніж цінніше товар, тим менше його в лоті. Однакові за якісними показниками лоти утворюють

*стринги*. З кожного лота береться зразок, що повинен повністю відповідати по всіх якісних ознаках товару, що перебуває в лоті.

Одночасно з аукціонними лотами й зразками підготовляється каталог. Він повинен містити перелік всіх лотів, пропонованих до продажу, із вказівкою номера кожного з них, сорти й кількості одиниць товарів у кожному лоті. У каталозі також вказуються порядок огляду товарів, продажу, висновку контрактів, який відсоток стягується з вартості куплених товарів на користь адміністрації аукціону, дата відкрита аукціону, його тривалість, час огляду товарів.

**Огляд товарів** починається за 7-10 днів до початку аукціону. Зразки містяться в спеціальних залах для огляду. Вони повинні повністю відображати всі особливості товару в лоті, що представляється ними. Організатори аукціону несуть за це відповідальність.

**Аукціонний торг** може вестися як на підвищення, так і на зниження ціни (Голландська система), поки хтось із покупців не подасть знак про свою згоду купити даний товар. Крок надбавки до ціни 0,01-0,025 % первісної вартості товару.

**Оформлення аукціонної угоди** й здача товару покупцеві відбуваються під час аукціону або наступного дня шляхом підписання типового контракту.

Аукціони – це комерційні організації, що розташовують відповідними приміщеннями, устаткуванням і кваліфікованим персоналом. Найпоширеніші аукціони, організовані у формі акціонерних товариств, торг на яких проводиться відкрито за участю покупців.

Інша форма організації аукціонів – спеціалізовані брокерські фірми, які займаються продажем товарів на умовах комісії, одержання винагороди від покупців і продавців. Торги на таких аукціонах закриті, тобто в них не беруть участь покупці й продавці. Їхнього доручення виконують брокери. Крім того, можуть бути аукціонні фірми, що належать кооперативам, радам фермерів. Така організаційна форма широко поширена у скандинавських країнах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навчальний посібник / Л. В. Балабанова, А. М. Германчук. – Київ : ВД "Професіонал", 2004. – 288 с.
2. Башнянин Г. І. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій / Г. І. Башнянин, П. Ю. Лазур, О. Ю. Носов. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2003. – 157 с.
3. Виноградська А. М. Комерційна діяльність торговельного підприємства: навчальний посібник / А. М. Виноградська. – Київ : КНТЕУ, 2005. – 280с.
4. Воробйов Б. З. Основи комерційної діяльності: навчальний посібник / Б. З. Воробйов, Е. М. Локтєв, Ю. І. Плетень. – Київ : Видавництво Європейського університету, 2004. – 388 с.
5. Єрмошенко М. М. Комерційна діяльність малих підприємств / М. М. Єрмошенко, О. А. Стороженко. – Київ : Національна академія управління, 2003. – 146с.
6. Єрмошенко М. М. Комерційна діяльність посередницьких організацій / М. М. Єрмошенко. – Київ : НАУ, 2003. – 345с.
7. Зубок М. І. Основи безпеки комерційної діяльності підприємств та банків / М. І. Зубок. – Київ : КНТЕУ, 2005. – 200 с.
8. Комерційна діяльність: навчальний посібник / Н. О. Криковцева, О. Б. Казакова, Л. Г. Саркісян та ін. – Київ : Центр учбової літератури, 2007 – 296 с.
9. Ліпич Л. Г. Комерційна діяльність: навчальний посібник / Л. Г. Ліпич, О. В. Кощій. – Луцьк : Ред.-видавничий відділ ЛДТУ, 2005. – 288с.
10. Мілаш В. С. Підприємницький (комерційний) договір: поняття та правові особливості / В. С. Мілаш. – Полтава : АСМІ, 2004. – 148 с.
11. Мілаш В. С. Підприємницькі комерційні договори в господарській діяльності / В. С. Мілаш. – Полтава: АСМІ, 2005. – 450 с.



12. Обрителько Б. А. Менеджмент посередницької і біржової діяльності / Б. А. Обрителько. – Київ : МАУП, 2003.
13. Пономаренко Л. А. Електронна комерція: підручник / Л. А. Пономаренко, В. О. Філатов. – Київ : 2002. – 443 с.
14. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / А. С. Савощенко. – Київ : КНЕУ, 2005. – 336 с.
15. Тарасюк Г. М. Планування комерційної діяльності / Г. М. Тарасюк. – Київ : Каравела, 2005. – 400 с.
16. Аналіз фінансового стану виробничої та комерційної діяльності підприємства / В. П. Шило, Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, А. Г. Темченко, О. М. Брадул. – Київ : Кондор, 2005. – 240 с.

*Навчальне видання*

**ГНАТЕНКО** Марина Костянтинівна

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

*(для студентів бакалавріату усіх форм навчання спеціальності  
073 - Менеджмент)*

Відповідальний за випуск *М. К. Гнатенко*  
*За авторською редакцією*  
Комп'ютерне верстання *М. К. Гнатенко*

План 2017, поз. 217 Л

---

Підп. до друку 26.12.2017. Формат 60 × 84/16.  
Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 3,1.  
Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.  
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 5328 від 11.04.2017.