**7. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ КОНТРАКТИ ПІДПРИЄМСТВА**

1. Підготовка зовнішньоторговельних контрактів.

2. Види контрактів та їхня класифікація.

3. Організація укладання зовнішньоекономічних контрактів підприємства (ЗЕКП).

**1. Підготовка зовнішньоторговельних контрактів.**

Підготовка зовнішньоторговельних контрактів передбачає виконання певних процедур, які пов’язані з вибором потенційних іноземних контрагентів та способу встановлення контактів з ними з урахуванням факторів, які впливають на обрання певного зовнішнього або світового ринку, та були виявлені за даними досліджень як майбутнього торговельного майданчику, так і споживачів.

Експортер може використовувати такі способи встановлення контактів з контрагентами:

- направити пропозицію (оферту) безпосередньо одному або декільком можливим іноземним покупцям;

- прийняти та підтвердити замовлення покупця;

- направити покупцю пропозицію у відповідь на запит із зазначенням конкретних умов майбутнього контракту або з проформою контракту;

- взяти участь у торгах, подавши тендер організаторам торгів;

- взяти участь у торгово-промислових виставках та ярмарках (міжнародних, національних);

- направити можливому покупцю комерційний лист з інформацією про наміри вступити у переговори з приводу укладання конкретної угоди;

- направити проформу контракту вже відомому покупцю як результат узгодження умов контракту телефоном, телетайпом або телексом чи на підставі попередніх домовленостей;

- розмістити рекламні оголошення у засобах масової інформації, направити на адресу потенційних покупців каталоги, проспекти із товарами, що пропонуються, організувати та провести рекламну кампанію на ринку країни імпортера.

Імпортер може використовувати такі способи встановлення контактів з потенційним продавцем:

- направити потенційному або вже відомому продавцю замовлення;

- направити запит виробнику товарів, що цікавлять імпортера;

- оголосити торги з запрошенням до участі фірм, які можуть прийняти і виконати умови організаторів торгів;

- направити можливому виробнику комерційний лист про наміри вступити у переговори у відповідь на його пропозицію;

- направити експортеру безумовний акцепт його пропозиції.

Ініціативу встановлення контакту може виявити як продавець, так і покупець.

Оферта – це письмова пропозиція продавця, направлена можливому покупцю, про продаж партії товару на визначених продавцем умовах. Фірма або особа, яка надіслала таку пропозицію, називається оферентом. Оферта містить усі основні умови майбутньої угоди: найменування товару, кількість, якість, ціну, умови поставки, строк поставки, умови платежу, характер тари та пакування, порядок приймання-здавання, загальні умови поставки.

У світовій практиці існують три види оферт: тверда, вільна та захисна. Про вид оферти на ній має бути зроблений напис.

Замовлення – це комерційний документ, який містить прохання покупця відвантажити йому на певних умовах товар. У ньому детально зазначаються усі необхідні умови для виготовлення або підготовки товару, усі суттєві елементи, необхідні для укладення зовнішньоторгової угоди.

Як правило, замовлення надсилаються покупцями, що попередньо ознайомились з умовами поставок експортера в результаті особистих розмов з представниками експортера або попередніх переговорів, листування чи закупівель.

Третій спосіб встановлення контактів з потенційним покупцем передбачає дії продавця у відповідь на запит покупця, тобто у даному випадку, як і в попередньому, ініціатива вступу у відносини виходить від покупця, зацікавленого у купівлі яких-небудь товарів у обраного ним можливого контрагента. Покупець направляє на адресу продавця запит – звернення до продавця з проханням вислати йому оферту.

У запиті звичайно вказуються такі дані: точна назва товару, якість, сорт, кількість, бажаний термін поставки; при запиті пропозицій на машини та обладнання вказуються необхідні дані про їх виготовлення або бажані орієнтовні техніко-економічні параметри (потужність, продуктивність, кількість обертів, швидкість, витрати палива, електроенергії, вага, габарити).

Є два способи пошуку іноземних покупців. Перший - це випадок, коли потенційні клієнти самі виходять на український ринок і вирішують, наскільки можливості конкретної компанії відповідають їх потребам. Однак у цьому випадку ви не маєте повної інформації про іноземного клієнта, особливо про його надійність. І гарантія того, що цей клієнт повернеться до вас після першої, хоч і вдалої угоди, порівняно невелика. Наступного разу, дотримуючись стратегії незалежного пошуку контрагентів на українському ринку, він може користуватися послугами вашого конкурента на внутрішньому ринку. Таким чином, спосіб отримання нових клієнтів є надзвичайно нестабільним через перспективи та зусилля для постійної співпраці з іноземними клієнтами.

Другий спосіб знайти покупців - це ініціатива українського продавця чи виробника. Необхідно створити список потенційних іноземних клієнтів, які могли б зацікавити ваші товари. Цей спосіб є більш надійним, оскільки ініціатива пошуку партнерів залежить від продавця, а тому реселлер також контролює клієнтську базу.

Вибір контрагента значною мірою залежить від характеру зовнішньоторговельної угоди (експортна угода, угода про імпорт, компенсаційна угода), а також від предмета угоди. Це ставить питання про країну експорту чи імпорту.

Вибираючи свого партнера по країні, експортери та імпортери повинні враховувати низку факторів, як економічних, так і політичних. В першу чергу це стосується торговельних обмежень. На практиці певні обмеження щодо експорту чи імпорту продукції (тимчасові або довгострокові) стають серйозним бар'єром для доступу до певних торгових майданчиків. Важливим фактором виходу на нові ринки є також врахування коефіцієнта нетарифних обмежень. Хоча такі обмеження не заборонені, вони можуть значно ускладнити вихід на ринок та вимагати більше часу та ресурсів. Такі нетарифні обмеження включають квоти на імпорт, ліцензування кожної експортно-імпортної операції тощо.

Вибираючи країну торгового партнера, слід також звернути увагу на обсяг зовнішньої торгівлі цієї країни загалом та обсяг торгівлі вашими товарами в цій країні зокрема. Високі обсяги імпорту до певної країни вказують на значну потребу в продукції на ринку і є позитивним фактором для експортерів. Навпаки, наявність певних заборон чи бар'єрів, таких як валюта та розрахунки, знижує популярність ринку.

Економічні характеристики ринку можна також віднести до рівня податкового навантаження на торгівлю, акцизними зборами та іншими платежами. Не зайвим буде знати рівень конкуренції на ринку, зокрема конкуренцію в певному секторі, що цікавить експортера, а також рівень цін окремої товарної лінійки, витрати на просування товару, сертифікацію, отримання можливих ліцензій зовнішні ринки.

**2. Види контрактів та їхня класифікація.**

Згідно ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», зовнішньоекономічний договір (контракт) є домовленістю двох або більше суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямованої на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов’язків у зовнішньоекономічній діяльності.

Угода характеризується такими основними ознаками:

1) спрямованістю на досягнення певного правового результату (встановлення, зміну, припинення цивільних прав та обов’язків);

2) вольовою дією сторін за умови їх дієздатності;

3) юридичною правомірністю (угода, яка не відповідає вимогам закону, недійсна).

Угода від імені та в інтересах однієї особи може бути здійснена іншою особою, уповноваженою на це, і відповідним чином оформлена (наприклад, нотаріально засвідчена) дорученням, адміністративним або законодавчим актом.

Серед недійсних угод розрізняють:

• заперечні угоди – визнаються недійсними тільки на вимогу контрагента у суперечці із дня рішення суду, який вирішує про долю виконаних зобов’язань по угоді;

• незначні угоди – визнаються недійсними не тільки на вимогу контрагента, а й іншої зацікавленої особи, суду. Ці угоди визнаються недійсними з дня їх укладення. Вони не утворюють правових наслідків, на які була спрямована воля сторін, що здійснили таку угоду.

У міжнародній комерційній практиці використовується багато різновидів зовнішньоторгових договорів, структура, зміст та особливості яких визначаються видом зовнішньоекономічної операції, яку вони супроводжують.

Серед них розрізняють:

– зовнішньоторгові договори купівлі-продажу,

– договори підряду,

– франчайзингові угоди,

– ліцензійні угоди,

– лізингові та біржові угоди,

– договори страхування,

– договори міжнародного перевезення,

– договори позики тощо.

Проте найчастіше у зовнішньоторговій практиці застосовується договір міжнародної купівлі-продажу.

Класифікацію зовнішньоекономічних договорів можна здійснити за різними критеріями залежно від цілей, які при цьому ставляться. Наприклад, за кількістю сторін, які беруть участь при укладанні договору (одно- та багатосторонні договори). Також залежно від послідовності досягнення цілей договори можна поділити на попередні та основні. За попереднім договором (як правило, протоколом про намір) сторони зобов'язуються у певний строк укласти в майбутньому основний договір. Договори можуть бути безстроковими та з визначеним терміном дії.

Залежно від наслідків укладання зовнішньоекономічні договори можна поділити на такі групи, за видами зовнішньоекономічної діяльності, які здійснюють в Україні суб'єкти ЗЕД відповідно до положень ст. 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»:

‑ договори про передання майна у власність (експорт та імпорт товарів, товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності та ін.);

‑ договори про передачу майна у тимчасове користування (орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності – лізинг, рейтинг тощо);

‑ договори про надання послуг та виконання робіт (надання суб'єктами ЗЕД України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, зокрема: виробничих, транспортно- експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання зазначених вище послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності та ін.);

‑ договори про сумісну діяльність (інвестиційні угоди, угоди про співробітництво та ін.);

‑ посередницькі договори (відповідно до зовнішньоекономічних операцій, при здійсненні яких право власності на товар не переходить до посередника (на підставі комісійних, агентських договорів, договорів доручення та ін.);

‑ інші види договорів відповідно до зовнішньоекономічної діяльності, не забороненої прямо і у виключній формі законами України.

Також використовується наступна класифікація ЗЕКП:

1) договори купівлі-продажу (становлять більшість договорів у зовнішній торгівлі. За цим договором продавець зобов'язується поставити товар, надати документи, що стосуються товару, та передати право власності на нього відповідно до умов зовнішньоекономічного договору, а покупець – сплатити вартість товару та прийняти постачання товару відповідно до вимог контракту);

2) договори зустрічної торгівлі (зустрічна торгівля – сукупність комерційних угод, які передбачають поряд із закупівлею товарів зустрічне постачання певних товарів для досягнення балансу експортно-імпортних операцій. У міжнародній практиці зустрічна торгівля застосовується у таких формах: бартерні (товарообмінні) угоди; зустрічна закупівля; зворотна закупівля; компенсаційне узгодження);

3) договори на виконання та надання послуг (одна сторона зобов’язується виконати на свій ризик певну роботу за замовленням іншої сторони (замовника) з її або своїх матеріалів, а замовник, у свою чергу, зобов’язується прийняти й оплатити виконану роботу. До таких договорів належать договори підряду, на виконання проектних і розвідувальних робіт, на переробку давальницької сировини тощо);

4) орендні договори (договорами на оренду оформлюються відносини майнового найму, за якими орендодавець однієї країни передає орендарю з іншої країни майно в тимчасове користування за узгоджену плату. У міжнародній практиці застосовуються угоди: рейтинг – короткотермінової оренди; хайринг – середньотермінової оренди; лізинг – довготермінової оренди);

5) договори на спільну інвестиційну діяльність (інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об’єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект);

6) торговельно-посередницькі договори (угоди, що опосередковують юридичні послуги з проведення зовнішньоекономічних операцій. Основним критерієм віднесення комерційної операції до посередницької є відсутність переходу до посередника права власності на товар. Співпрацюючи із закордонним посередником, українські підприємства використовують такі види договорів: консигнаційні (різновид договору доручення та комісії); агентські; дилерські; дистриб'юторські; про франшизу; про факторинг тощо).

**3. Організація укладання зовнішньоекономічних контрактів підприємства (ЗЕКП).**

В Україні немає експорту чи імпорту товарів без укладення зовнішньоекономічної угоди. Незважаючи на те, що сфера зовнішньоекономічної діяльності відносно добре регулюється як національним законодавством, так і міжнародними документами, юридичні особи в процесі укладення та реалізації зовнішньоекономічних угод стикаються з різноманітними ускладненнями.

Розглянемо основні моменти, які слід враховувати при укладанні договорів ЗЕД, що може суттєво вплинути на практичну реалізацію цього договору в майбутньому, а також надасть можливість відстоювати власні інтереси у національному суді чи комерційному арбітражі.

***Аналіз та проробка конкурентних матеріалів***

Після того як контрагенти вибрали який-небудь спосіб укладення зовнішньоторгового контракту і здійснили усі передбачені цим способом кроки, вони переходять до третьої стадії першого етапу, яка передбачає передусім проробку запитів та пропозицій з такими цілями:

1) визначити найкращого партнера по майбутній угоді;

2) визначити оптимальний рівень ціни експортного/імпортного товару.

Причому експортери повинні проявити максимум оперативності та чіткості у роботі, щоб не випускати із своїх рук ініціативи і вести справу до укладення контракту. Імпортери можуть дозволити собі певну затримку у відповідях, щоб не показати надто великої зацікавленості у роботі з конкретним продавцем, яка може стати причиною ускладнень в уторгуванні комерційних умов контракту.

На цьому етапі постачальник може звернутися до майбутнього покупця з проханням дати імена та адреси його фінансових гарантів і відомих поручителів, якщо перед тим у майбутніх контрагентів не було контактів. У такому разі замовнику необхідно послатися на партнерів, які працюють у тій самій галузі (комерційна відсилка), та на фінансистів (відсилка банківська) з метою переконати постачальника у платоспроможності партнера.

Для перевірки платоспроможності майбутнього покупця продавець може звернутись із письмовим запитом про його фінансовий стан та платоспроможність до:

– фірм, що рекомендують покупця;

– свого уповноваженого банку. Банк надає конфіденційну інформацію про фінансовий стан свого клієнта тільки на запит від уповноваженого банку експортера або імпортера;

– спеціалізованих фірм з перевірки платоспроможності, які за винагороду надають накопичену ними інформацію про фінансовий стан потенційного клієнта.

***Складання конкурентного листа***

Після того як контрагенти вибрали спосіб укладення зовнішньоторгового контракту і здійснили усі передбачені цим способом кроки, вони переходять до чергової стадії, яка передбачає передусім проробку запитів та пропозицій з такими цілями:

– визначити найкращого партнера по майбутній угоді;

– визначити оптимальний рівень ціни експортного/імпортного товару.

Реалізація першої позиції здійснюється за допомогою складання конкурентного листа.

Конкурентний лист – внутрішній документ підприємства, що містить комерційні і технічні відомості про товар із одержаних від фірм пропозицій, і служить для порівняння їх основних показників та визначення орієнтовного рівня експортної/ імпортної ціни.

Складання конкурентного листа передбачає відображення етапів зведення (внесення комерційних поправок) до цін конкурентних матеріалів та довідкової ціни з урахуванням умов майбутніх експортних/імпортних контрактів.

Зведення – це внесення поправок у ціни конкурентних матеріалів, які враховують їх відмінність від бази. Кількість поправок залежить від складності товарів та ступеня відмінності у базисних умовах поставок. Частина поправок може бути отримана в результаті підрахунку, але більшість носить експертний характер, тобто оцінюється на базі комерційного досвіду. Часто до визначення розміру поправок залучаються технічні працівники.

***Правова база***

Зовнішньоекономічна угода укладається виключно між зовнішньоекономічними контрагентами. Іншими словами, зовнішньоекономічний договір – це вид цивільно-правового договору, який відрізняється від інших видів договорів особливим суб’єктним складом та особливою сферою застосування – міжнародною торгівлею.

Договори ЗЕД є частиною цивільного законодавства, але через специфіку регулювання таких договорів на практиці вони також підпадають під дію спеціальних норм національного законодавства, таких як: Господарський кодекс України, Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Закон України «Про міжнародне приватне право», Закон України «Про міжнародний комерційний арбітраж», Положення про форму зовнішньоекономічних контрактів (договори), затверджене постановою Міністерства економіки та Європейської інтеграції України № 201, а також міжнародне законодавство, обов’язкове для України, яке в сфері зовнішньої торгівлі включає, зокрема, Конвенцію Організації Об’єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська конвенція), Конвенцію ООН про обмеження міжнародної торгівлі товарами, Правила Інкотермс-2010, 2020, які були розроблені Міжнародною торговою палатою тощо.

***Форма ЗЕКП***

Ч. 2 ст. 6 Закону про ЗЕД передбачає письмову форму договору, якщо міжнародним договором України чи законом не передбачено інше. Той же самий обов’язковий стандарт підтримується ч. 3 ст. 31 Закону України «Про міжнародне приватне право». Ст. 31 цього Закону містить більш конкретні вимоги, що стосуються форми угоди про зовнішню торгівлю. Тому, якщо сторони угоди перебувають у різних країнах – форма договору залежить від права місця проживання сторони, яка зробила пропозицію, якщо договором не передбачено інше. Форма правочину на нерухоме майно визначається відповідно до законодавства держави, в якій знаходиться нерухомість, а у випадку нерухомості, право на яку зареєстроване на території України – права України.

Тому письмова форма зовнішньоекономічного контракту, однією зі сторін якого є резидент України, є обов’язковою, інакше договір може бути визнаний недійсним. Законодавством України встановлено, що письмова форма є обов’язковою для всіх договорів ЗЕД, які укладаються суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності України. Винятки з цього правила можуть бути передбачені лише законом або міжнародним договором України.

До речі, Віденська конвенція дозволяє укладати зовнішньоторговельні угоди усно. Однак Україна ратифікувала Віденську конвенцію із застереженнями щодо можливості укладення договорів ЗЕД у будь-якій форми, крім письмової.

***Мова контракту***

На практиці, мабуть, найпоширенішим питанням є мова, якою слід користуватися при укладанні контрактів ЗЕД. Законодавство України, що регулює дану сферу, не дає чіткої відповіді щодо мови, яку необхідно використовувати для укладення міжнародної угоди про продаж товарів чи послуг. Українське цивільне законодавство також не визначає, якою мовою має бути укладена зовнішньоекономічна угода. На практиці мовами міжнародних договорів України, а також угод підприємств, установ та організацій України з підприємствами, установами та організаціями інших держав є з одного боку – державна мова (українська), а з іншого – мова іншої сторони (сторін), якщо міжнародним договором не передбачено інше. Отже, найчастіше договір ЗЕД є двомовним, в якому одна з мов – українська. Іншою мовою контракту зазвичай є англійська.

**Література:**

Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (поточна редакція від 02.04.2020). *Відомості Верховної Ради (ВВР),* 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 05.04.2020)

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-ХІI (поточна редакція від 13.02.2020). *Відомості Верховної Ради (ВВР),* 1991, № 29, ст. 377. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення 08.04.2020)

Закон України «Про міжнародне приватне право» від 23.06.2005 № 2709-IV (поточна редакція від 20.10.2019). *Відомості Верховної Ради (ВВР),* 2005, № 32, ст. 422. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2709-15> (дата звернення 08.04.2020)

Закон України «Про міжнародний комерційний арбітраж» від 24.02.1994 № 4002-ХІI (поточна редакція від 15.12.2017). *Відомості Верховної Ради (ВВР),* 1994, № 25, ст. 198. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4002-12> (дата звернення 08.04.2020)

Конвенція Організації Об'єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська Конвенція) від 11.04.1980 р. Набуття чинності для України: 01.02.1991 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2709-15> (дата звернення 08.04.2020)

Конвенція Організації Об'єднаних Націй про позовну діяльність у міжнародній купівлі-продажу товарів від 14.06.1974 р. Набуття чинності для України: 01.04.1994 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_002> (дата звернення 08.04.2020)

# Incoterms 2020. URL: <https://dhl-freight-connections.com/en/incoterms-2020/>

# Правила INCOTERMS® 2020. URL: <https://www.dhl.com/ua-ru/home/our-divisions/freight/customer-service/incoterms-2020.html>

Нові правила Інкотермс 2020. Департамент з підвищення конкурентоспроможності регіону Харківської обласної державної адміністрації. URL: <http://www.compet.kh.gov.ua/ukr/2443-novi-pravila-inkoterms-2020>

Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. 5-те вид., перероб. та допов.; Університет ДФС України. Ірпінь: 2019. 410 с. (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 128). URL: <http://ir.nusta.edu.ua/jspui/handle/doc/4007>

Козак Ю. Г., Савельєв Є. В. та інш. Зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник. 6-е вид., перероб. та доп. Ред. Ю. Г. Козак. Київ: ЦУЛ, 2019. 292 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/8350>

# Ларін М. Укладання зовнішньоекономічного контракту: все починається з простих деталей. *Юрінком Інтер*. 2018. № 44 (957). URL: <https://yurincom.com/legal_practice/analitychna_yurysprudentsiia/ukladannia-zovnishnoekonomichnoho-kontraktu-vse-pochynaietsia-z-prostykh-detalej/> (дата звернення 08.04.2020)

# Трусов О. ІНКОТЕРМС 2020: особливості можливого застосування. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100015209-inkoterms-2020-osoblivosti-mozhlivogo-zastosuvannya-1>

Тюріна Н. М., Карвацька Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.

Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2017. 137с. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/22432/5/Navch_Posibnyk-ZED_2017.pdf>