

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Український державний університет  
науки і технологій**

---

Кафедра «Міжнародної економіки, управління і соціально-  
гуманітарних дисциплін»

*В авторській редакції*

## **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ**

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ З  
ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ ДЕННОЇ  
ФОРМИ НАВЧАННЯ СПЕЦІАЛЬНОСТІ  
D3 «МЕНЕДЖМЕНТ» (БАКАЛАВРСЬКИЙ РІВЕНЬ)

*Електронне видання*

ДНІПРО  
2026

УДК 339.5:658(076.1)

З 38

Упорядник:

*І. А. Алексеєнко*

Електронне видання

Схвалено Групою забезпечення якості освітньої програми  
«Менеджмент і адміністрування»  
Протокол № 5 від 20.12.2025 р.

З 38 Зовнішньоекономічна діяльність організації : навчально-методичні рекомендації до виконання практичних занять з дисципліни . Для здобувачів освіти денної форми навчання спеціальності ДЗ «Менеджмент» (бакалаврський рівень) / упоряд.: І. А. Алексеєнко; Україн. держ. ун-т науки і технологій. – Електрон. вид. – Дніпро : УДУНТ, 2026. – 43 с.

Навчально-методичні рекомендації призначені для використання здобувачами освіти денної форми навчання спеціальності ДЗ «Менеджмент» (бакалаврський рівень).

Навчально-методичні рекомендації містять матеріали для проведення практичних занять з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність організації».

Бібліогр.: 4 назв.

© Алексеєнко І. А., упорядкування, 2026

© Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2026

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Практичне заняття №1. Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин.....	5
Практичне заняття №2. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності..	7
Практичне заняття №3. Організація виходу підприємства на зовнішній ринок .....	11
Практичне заняття №4. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності.....	15
Практичне заняття №5. Укладення міжнародного договору купівлі-продажу .....	26
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	42

## ВСТУП

Дисципліна «Зовнішньоекономічна діяльність організації» має на меті надання знань з об'єктивних закономірностей, умов, процесів і специфічних особливостей зовнішньоекономічної діяльності організацій, особливостей проведення комерційних операцій на зовнішніх ринках та принципів проведення зовнішньоекономічної діяльності, а також формування навичок їх практичного використання.

Навчальна дисципліна забезпечує набуття таких передбачених освітньою програмою компетентностей:

- здатність працювати у міжнародному контексті;
- здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;
- здатність визначати перспективи розвитку організації;
- вміння визначати конкурентоспроможні напрями розвитку організації та розподіляти відповідальність за їх реалізацію.

Навчально-методичні рекомендації містять матеріали для проведення практичних занять з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність організації». Перелік практичних занять складено відповідно до робочої програми з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність організації» для здобувачів освіти денної форми навчання першого бакалаврського рівня вищої освіти спеціальності D3 «Менеджмент».

## Практичне заняття № 1

### Тема: Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин

Мета заняття: закріпити теоретичні знання студентів відносно сутності зовнішньоекономічної діяльності, її видів та суб'єктів, дослідити сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності в Україні та розібрати базовий нормативний документ – Закон України „Про зовнішньоекономічну діяльність”.

Методичні вказівки. Студенти повинні знати, що зовнішньоекономічна діяльність – це форми та методи відносин між суб'єктами світового господарства з приводу виробництва, розподілу, обміну, споживання матеріальних благ та надання послуг.

Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

- Фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України;
- Юридичні особи - зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та / або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- Об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;
- Структурні одиниці іноземних суб'єктів господарською діяльністю, які не є юридичними особами, згідно з законами України (філії, відділення, тощо), але мають постійне місце - знаходження на території України;
- Інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України.

Всі суб'єкти зовнішньої діяльності мають рівне право здійснювати різні її види, які прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак.

Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці згідно з Законом України "Про підприємництво". Фізичні особи, які не мають постійного місце проживання на території України, мають зазначене право, якою вони є суб'єктами господарської діяльності за законом держави, в якій вони мають постійне місце проживання або громадянами якої вони є.

Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутних документів з моменту набуття ними статусу юридичної особи.

Питання для обговорення:

1. Що таке зовнішньоекономічна діяльність? Чим відрізняється поняття «зовнішньоекономічна діяльність» від поняття «зовнішньоекономічні зв'язки»?

2. Охарактеризуйте особливості здійснення ЗЕД до перебудови і після, зміну підходів до здійснення ЗЕД протягом останніх двох десятиліть. В чому виявляється самостійність українських підприємств в здійсненні ЗЕД на сучасному етапі?

3. Хто є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності?

4. З якого моменту фізичні особи набувають права здійснювати зовнішньоекономічну діяльність?

Завдання на самостійну роботу студентів:

Опрацювати самостійно Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

## Практичне заняття № 2

### Тема: Регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Мета заняття: опанувати систему державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Методичні вказівки. Перш ніж переходити до виконання практичних завдань, студенти повинні знати, що державне регулювання ЗЕД - це система заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, покликаних удосконалити ЗЕД в інтересах національної економіки. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності передбачає створення певних умов та механізмів для ефективного розвитку відносин суб'єктів господарювання в різних країнах.

Україна самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на її території. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності має забезпечувати:

- захист економічних інтересів України та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- створення рівних можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності розвивати всі види підприємницької діяльності незалежно від форм власності та всі напрями використання доходів і здійснення інвестицій;
- заохочення конкуренції та ліквідацію монополізму в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Держава та її органи не мають права безпосередньо втручатися в зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів цієї діяльності, за винятком випадків, коли таке втручання здійснюється згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими законами України.

Мета регулювання:

- сприяння забезпеченню збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці;

- створення найсприятливіших умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур зарубіжних країн;

- захист економічних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- створення рівних можливостей для всіх суб'єктів зовнішньоекономічних відносин незалежно від форм власності;
- заохочення до конкуренції та ліквідації монополізму в цій сфері.

Принципи регулювання:

- адекватності національним інтересам та забезпеченню економічної безпеки країни;
- врахування вимог сучасного світового розвитку, поділу праці, глобалізаційних процесів;
- формування нової моделі зовнішньоекономічного розвитку, зорієнтованої на європейську інтеграцію, набуття повноправного членства в ЄС;
- забезпечення відповідно до світових стандартів і критеріїв оптимальних параметрів відкритості національної економіки;
- паритетності у відносинах з іншими державами;
- демократизації, демонополізації та деідеологізації зовнішньоекономічних зв'язків;
- підтримки експортного виробництва на основі критеріїв ефективності та конкурентоспроможності.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою:

- відповідних законів України;
- засобів тарифного і нетарифного регулювання;
- економічних заходів оперативного регулювання (валютнофінансового, кредитного);
- рішень недержавних органів управління економікою;
- укладених угод між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

На території України згідно із Законом запроваджуються такі правові режими для іноземних суб'єктів господарської діяльності:

1. Національний режим, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав та обов'язків не менший, ніж суб'єкти господарської діяльності України. Національний режим застосовується щодо всіх видів господарської діяльності іноземних суб'єктів цієї діяльності, пов'язаної з їх інвестиціями на території України, а також щодо експортно-імпортних операцій іноземних суб'єктів господарської діяльності тих країн, які входять разом з Україною до економічних союзів;

2. Режим найбільшого сприяння, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав, преференцій та пільг щодо мит, податків та зборів, якими користується та/або буде користуватися іноземний суб'єкт господарської діяльності будь-якої іншої держави, якій надано згаданий режим, за винятком випадків, коли зазначені мита, податки, збори та пільги по них встановлюються в рамках спеціального режиму, визначеного нижче. Режим найбільшого сприяння надається на основі взаємної угоди суб'єктам господарської діяльності інших держав згідно з відповідними договорами України та застосовується у сфері зовнішньої торгівлі;

3. Спеціальний режим, який застосовується до територій спеціальних економічних зон, а також до територій митних союзів, до яких входить Україна, і в разі встановлення будь-якого спеціального режиму згідно з міжнародними договорами за участю України.

Питання для обговорення:

1. Які державні органи займаються регулюванням зовнішньоекономічної діяльності?

2. Назвіть функції Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі в регулюванні ЗЕД.

3. Хто має право займатися зовнішньоекономічною діяльністю?

4. Яким із локальних правових документів суб'єкту підприємницької діяльності як юридичної особи передбачається право здійснення зовнішньоекономічної діяльності?

5. Охарактеризуйте відмінності національного та спеціального режимів.

6. Яка основна мета державного регулювання?

7. Що означає режим найбільшого сприяння?

### Практичне завдання:

Проаналізуйте ситуацію та дайте відповідь на поставлені запитання. Українське підприємство «Лакмус», що вже кілька років здійснює реалізацію будівельних матеріалів на ринку України, вирішило імпортувати з Польщі лаки та фарби. З польським контрагентом буда підписана угода на поставку партії фарб загальною вартістю 350 тис. дол. Згідно з Постановою Кабінету міністрів це товари, імпорт яких підлягає ліцензуванню. Для отримання ліцензії на здійснення даної операції керівник «Лакмуса» подав заявку на отримання ліцензії до Обласної державної адміністрації. До заявки ним були додані копія контракту на поставку фарб та копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності. Проте, підприємству «Лакмус» відмовили у видачі ліцензії. Як ви вважаєте, чи правомірне таке рішення державного органу?

### Розв'язок

Таке рішення Обласної державної адміністрації повністю відповідає правовим нормам, що регламентують процедуру видачі ліцензій на здійснення експортно-імпортних операцій. Так, згідно чинного законодавства України видача ліцензій зареєстрованим на території України СПД здійснює Мінекономіки України. Облдержадміністраціям делеговане право видачі ліцензій на експорт (імпорт) при вартості товарів не більше 300 тис. дол.

Для одержання ліцензії підприємцем мають бути представлені наступні документи:

- Заявка на ліцензію, оформлена належним чином.
- Лист-звернення щодо оформлення ліцензії з гарантією оплати державного збору за її оформлення.
- Копія контракту, усі додатки і специфікації до нього, завірені керівником суб'єкта підприємницької діяльності.
- Копія про державну реєстрацію, завірена керівником суб'єкта підприємницької діяльності.
- Погодження відповідної уповноваженої на це установи.
- Акт експертизи товару, виданий Торгово-промисловою палатою України чи її регіональним відділенням з позначенням коду товару по УКТ ЗЕД.

## Практичне заняття № 3

### Тема: Організація виходу підприємства на зовнішній ринок

Мета заняття: закріпити теоретичні знання і сформувати у студентів практичні навички проведення міжнародної сегментації, вибору способу виходу підприємства на зовнішній ринок і організації роботи по пошуку і налагодження співробітництва з іноземними контрагентами.

Методичні вказівки. Фірма, вирішивши вийти на зовнішні ринки, повинна насамперед визначити, на який саме з них їй варто вийти і направити свої основні зусилля. У цьому випадку використовуються основні критерії сегментації закордонних країн і їх споживачів, такі, як демографічні, природні і географічні, економічні і науково-технічні, політико-правові, соціальні, культурні, поведінкові та ін.

При виході на зовнішній ринок підприємство використовує наступні методи сегментації:

1) Виявлення країни з попитом на однорідні товари. Метод оснований на аналізі окремих країн, а не запиті відповідних груп споживачів. Він передбачає високий ступінь однорідності в межах відібраних країн і не враховує існування однорідних споживчих сегментів за межами цих країн.

2) Виділення універсального однотипного сегмента ринка в усіх або більшості закордонних країн.

3) Пошук різних сегментів в кожній країні, що могла б зацікавитись нашим товаром. Це найбільш витратний метод, однак він дозволяє вибрати всі наявні ємності попиту на світовому ринку о даному товару без його модифікації та адаптування до умов закордонного ринку.

4) Пошук ринків з урахуванням необхідної модифікації товару, підвищення його якості. Це вимагає, як правило, ще більш значного підвищення витрат, але суттєво розширює перспективи збуту.

Можлива сегментація ринку Європи (відносно товару, що експортується підприємством) за такими критеріями:

## ІНТЕНСИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТОВАРУ:

Дуже інтенсивно	Середня інтенсивність	Мала інтенсивність
-----------------	-----------------------	--------------------

## ПРИНАЛЕЖНІСТЬ ДО ПЕВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ГРУПИ КРАЇН:

Країни Східної Європи	Країни ЄС	Інші країни
-----------------------	-----------	-------------

## ГЕОГРАФІЧНА ОЗНАКА:

Південь	Північ	Схід	Захід
---------	--------	------	-------

При аналізі зарубіжного ринку необхідно отримати інформацію за 3 групами факторів:

- 1) фактори ринкового потенціалу:
- 2) економічні та технологічні фактори:
- 3) конкурентні фактори:

Вибір цільового ринку передбачає з одного боку оцінку вимог підприємницького середовища, запитів споживачів, конкретні зарубіжні країни, а з іншого облік виробничо-збутових можливостей самої фірми.

При виборі цільового закордонного ринку перевага надається найбільш великому з можливих глибокого сегментування з чітко окресленими межами з найбільш потенційним попитом, з відкритою інформацією і, як правило, подібному до раніше освоєних та кількісно вимірюваному.

Після вибору цільового експортного ринку необхідно налагодити роботи з конкретними контрагентами на контрактних засадах. Однак, перш ніж укласти контракт із іноземним партнером, треба переконатися в його надійності. Незнання методології вивчення кон'юнктури закордонних ринків, складне фінансове становище й ряд інших об'єктивних і суб'єктивних причин найчастіше змушують українських експортерів укласти контракти з іноземними партнерами без таких перевірок і на досить ризикованих умовах. До того ж на практиці зробити це досить складно.

З метою оптимізації вибору надійного партнера на зовнішньому ринку підприємству-експортеру доцільно складати Довідку на іноземну фірму, що включає різні розділи, що розміщуються в певній послідовності і дають найбільш повне уявлення про виробничо-збутову діяльність фірми, її організаційну структуру, фінансове становище, реноме й солідність. У довідці наводяться наступні дані:

- повне і скорочене найменування фірми на іноземній і (у дужках) українській мові;
- поштова адреса фірми, країна реєстрації, номер телефону;
- розмір фірми (велика, середня, дрібна). Розмір акціонерного капіталу, активів, обороту, продаж. Місце фірми в числі 100 або 10 найбільших компаній своєї країни або світу;
- характер власності фірми (приватна, державна, кооперативна, суспільна);
- правове положення фірми (акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, повне і командитне товариство, одноособова фірма);
- характеристика фірми по капіталу і контролю (національна, іноземна, змішана);
- рік заснування і основні етапи розвитку фірми (включаючи дані по великим злиттям, поглинанням, реорганізаціям і змінам найменування фірми);
- сфера діяльності із вказівкою виду господарської діяльності (промислова, торговельна, транспортно-експедиторська фірма);
- основні товари виробництва, торгівлі або послуги;
- асортименти продукції, що випускається і реалізується, основні товари або групи товарів, напрямку спеціалізації;
- номенклатура експорту і імпорту, місце фірми на світовому ринку по найважливіших товарах: питома вага у світовому виробництві (торгівлі, послугах) основних товарів, частка в експорті і імпорті країни;
- банки, через які фірма здійснює свої операції;
- власники фірми або материнська компанія (для дочірніх компаній), тип монополістичного об'єднання, в яке входить фірма, і її положення в ньому

(материнська компанія, філія, дочірня, асоційована компанія), форма об'єднання: концерн, торговий дім, консорціум і т.д., представництва фірми;

- склад керівних органів, організаційна структура апарата управління фірмою, схема апарата управління фірмою, чисельний і персональний склад управління, прізвища головних адміністративних осіб, назви виробничих відділень, закріплена за ними номенклатура виробів, назва підрозділу, що займається питаннями торгівлі з Україною і з Вашим підприємством;

- виробнича і матеріально-технічна база фірми, кількість і місцезнаходження підприємств, їх потужність, кількість і місце розташування збутових організацій, складів, станцій технічного обслуговування, кількість зайнятих на фірмі;

- основні показники фінансового становища і діяльності фірми за ряд років і останній рік: акціонерний або пайовий капітал, активи (основний і оборотний капітал), власний капітал, обсяги продаж, чистий прибуток, капіталовкладення й ін.;

- найважливіші фірми-контрагенти по основних видах продукції, що випускається або реалізується;

- приналежність до галузевого і(або) національного союзів підприємців;

- виробничо-технічні та інші зв'язки з іншими фірмами (вказати найменування фірм і форми зв'язків); зв'язки з іншими фірмами через участь у капіталі, персональні зв'язки з іншими фірмами і організаціями;

- короткі біографічні відомості про керівників.

Дослідження перерахованої вище інформації по потенційним партнерам дозволить керівникам прийняти правильне рішення стосовно доцільності укладання з даною фірмою зовнішньоекономічного контракту.

#### Питання для обговорення:

1. В чому полягає сутність міжнародної сегментації? Які методи використовуються для міжнародного сегментування.

2. Перерахуйте фактори привабливості закордонного ринку.

3. Які стратегії використовують для вибору цільового ринку?

4. Охарактеризуйте різні способи виходу підприємства на зовнішній ринок.

5. За якими критеріями класифікуються фірми на світовому ринку?
6. Які фактори впливають на вибір партнера на світовому ринку?
7. Опишіть принципи вибору контрагента на світовому ринку.
8. Які джерела інформації по вивченню іноземних фірм становлять найбільшу практичну цінність?

Практичне завдання:

Складіть карту (довідку) на будь-яку іноземну фірму. Спробуйте сформулювати досє на потенційного зарубіжного партнера.

## Практичне заняття № 4

### Тема: Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності

Мета заняття: сформувати у студентів навички практичного використання різних методів оцінки ефективності експортних та імпортних операцій.

Методичні вказівки. Обчислення показників ефективності експорту та імпорту можна здійснити за допомогою таких методик:

- 1) на основі показників ефективності експорту та імпорту;
- 2) на основі співставлення цін експортних та імпортних товарів на внутрішньому та зовнішньому ринку;
- 3) на основі показників конкретної ЗТ угоди.

#### ***1. Розрахунок показників ефективності експорту та імпорту***

Для оцінки ефективності експорту використовують 4 показники:

1)  $E_e = H_e - Z_e$

де  $E_e$  – ефективність експорту;

$H_e$  – надходження від експорту, що перераховуються шляхом переведення валютної виручки в гривні за курсом НБУ на день надходження валютної виручки;

$Z_e$  – повні витрати підприємства на експорт у гривнях.

$$2) E'_e = \frac{H_e}{Z_e}$$

$$3) E_e^* = \frac{O_e}{BSe}$$

$O_e$  – обсяг експорту за внутрішніми середньорічними цінами;

$BSe$  – виробнича собівартість експортних товарів.

$$4) \bar{E}_e = \frac{H_e - Z_e}{H_e} \cdot 100\% \cdot \frac{H_e}{OF_e}$$

$OF_e$  – середньорічна вартість основних та оборотних фондів підприємства, що використовуються для виробництва експортної продукції.

Дані показники доцільно розраховувати в таких випадках:

- перед укладанням кожної експортної угоди з метою вибору найоптимальнішого варіанту за критерієм:  $E_e \rightarrow \max, E'_e > E_e^*$ ;
- при аналізі результатів ЗЕД підприємства за попередній період;
- при плануванні ЗЕД на наступний період.

Розрахунок показників дозволяє зробити такі висновки:

- якщо  $E'_e > 1$  та  $E'_e > E_e^*$ , то експорт підприємства вважається економічно ефективним;

- показник  $\bar{E}_e$  показує рівень ефективності експортних товарів, при чому перша частина формули визначає, який відсоток від результату експортної угоди складає прибуток від експорту, а друга частина визначає скільки разів за певний період авансований на експорт капітал.

I частина  $\rightarrow \max$

II частина  $\rightarrow \max$

- умова ефективності

$$\bar{E}_e \rightarrow \max$$

Показники **економічної ефективності імпорту** можуть розраховуватись для 2 основних груп товарів:

- товари виробничого призначення;
- товари народного (кінцевого) споживання.

Розрахунок показників економічної ефективності для товарів виробничого призначення здійснюється за такими формулами:

1) Повна ціна споживання  $\mathbf{Ц = Цк + Евит}$

$\mathbf{Цк}$  – контрактна вартість імпортованих товарів виробничого призначення;

$\mathbf{Евит}$  – експлуатаційні витрати при використанні товарів виробничого призначення;

$$\mathbf{Евит = Вм + Ве + Вт + Взч + ЗП}$$

$\mathbf{Вм}$  – вартість сировини і матеріалів на одиницю продукції, що виробляється за допомогою імпортованих товарів виробничого призначення;

$\mathbf{Ве}$  – вартість енергоносіїв на одиницю продукції;

$\mathbf{Вт}$  – вартість технічного обслуговування;

$\mathbf{Взч}$  – вартість запчастин;

$\mathbf{ЗП}$  – заробітна плата робітників, що обслуговують товари виробничого призначення.

2)  $E_{im} = \frac{Ц}{Цк}$

3)  $E_{im}^* = \frac{O_{im}}{Z_{im}}$

$\mathbf{O_{im}}$  – обсяг продукції, вироблений за допомогою імпортованих товарів виробничого призначення в гривнях за внутрішньо ринковими цінами;

$\mathbf{Z_{im}}$  – затрати на імпорт даного товару виробничого призначення, які включають контрактну вартість з урахуванням митних платежів.

На основі цих формул можна зробити наступні висновки:

- чим більше показник  $E_{im}^* \rightarrow 1$ , тим імпорт відповідних товарів виробничого призначення є ефективнішим;
- ефективність імпорту має бути  $>1$ , оскільки цей показник визначає кількість виробленої продукції за допомогою певного товару виробничого призначення в розрахунку на гривню витрат на його придбання.

Для оцінки економічної ефективності імпорту товарів кінцевого споживання використовується формула  $E_{im} = \frac{Ц_p}{З_{im}}$

$Ц_p$  – ціна реалізації імпортних товарів кінцевого споживання на внутрішньому ринку;

$З_{im}$  – затрати на імпорт товарів кінцевого споживання з урахуванням митних платежів.

Цей показник характеризує прибуток від реалізації імпортних товарів на внутрішньому ринку.

## ***2. Розрахунок показників економічної ефективності за співвідношенням цін на внутрішньому і зовнішньому ринках***

Дана методика передбачає такі цикли обігу товарів:

- купівлі товарів на внутрішньому ринку з метою продажу їх за кордон;
- продаж цих товарів за кордон;
- закупівля товарів за кордоном з метою реалізації їх на внутрішньому ринку;
- продаж придбаних за кордоном товарів на внутрішньому ринку.

При аналізі використовують наступні показники:

$P$  – ціна одиниці експортованого товару, закупленого в певному обсязі на внутрішньому ринку, у гривнях;

$P_1$  – ціна одиниці експортованого товару на зовнішньому ринку;

$\Pi$  – ціна одиниці імпортованого товару, що продається на внутрішньому ринку, в гривнях;

$P_1$  – ціна одиниці імпортованого товару на зовнішньому ринку;

$L$  – курс обміну іноземної валюти.

Якщо виконується умова  $\frac{P}{P_1} < L < \frac{P}{P_1}$ , то експортно-імпортні операції є ефективними.

Якщо  $\frac{P}{P_1} > L$ ,  $\frac{P}{P_1} < L$ , то експорт та імпорт вважається не вигідним.

### **3. Оцінка ефективності з використанням системи показників**

Один з варіантів оцінки ефективності зовнішньоторговельної угоди запропоновано І. Блалом. За цією методикою для оцінки ефективності зовнішньоекономічної угоди використовується певна система показників, у якій основними є:

а) сума чистого прибутку від угоди, що характеризує загальний ефект від конкретної угоди та її внесок у загальний прибуток підприємства. Позитивне значення цього показника свідчить про ефективність угоди;

б) рівень чистого прибутку від угоди, віднесеного до загальної суми закупівлі товарів, що характеризує ступінь ефективності у порівнянні з іншими альтернативними варіантами не лише комерційних, але й фінансових операцій;

в) рівень чистого прибутку від угоди, віднесеного до суми реалізації товару, закупленого за певною угодою, що дозволяє співвідносити ефективність конкретної угоди з рентабельністю товарообігу в цілому;

г) рівень чистого прибутку від угоди, віднесеного до суми витрат обігу, що дозволяє порівнювати ефективність угоди з рівнем рентабельності витрат обігу по підприємству в цілому.

Розрахунок показників а) - г) має здійснюватися на попередньому етапі вкладання кожної зовнішньоекономічної угоди.

У таблиці 1 наведено показники, що мають бути розраховані при оцінці ефективності конкретної зовнішньоекономічної угоди. Розрахунки показників

ефективності мають проводитись за послідовністю позицій першої колонки таблиці.

Послідовність розрахунків можна алгоритмізувати, та, використовуючи вихідні дані, проводити попередні оцінки пропозицій щодо укладення зовнішньоторговельних угод з використанням персональної комп'ютерної техніки.

Розглянута методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної угоди передбачає, що підприємство, яке імпортує товари, проводить також роздрібну його реалізацію, але згідно з міжнародними правилами, що регулюють торговельні стосунки контрагентів, угода вважається здійсненою після набуття права власності на імпортовані товари та проведення розрахунків з експортером у грошовій чи товарній формі.

Використовуючи основні положення цієї методики, можна визначити максимальний рівень ціни купівлі товару (Цз), що забезпечить середній запланований показник ефективності зовнішньоекономічної угоди з урахуванням середнього рівня торговельної надбавки по даній групі товарів та можливої ціни реалізації на внутрішньому ринку одиниці імпортованого товару.

Таку ціну може бути визначено за формулою:

$$Цз = Цр * (100 - Тн) / 100,$$

де Цр - можливий рівень ціни реалізації одиниці імпортованого товару;

Тн - середній рівень торговельної надбавки за даною групою товарів, визначений при розробці цінової політики підприємства.

**Таблиця 1. Показники оцінки ефективності угоди**

	Назва показника	Формула обчислення	Примітка
1.	Ціна одиниці імпортованого товару з урахуванням цінових знижок.	$\mathit{Ц}_3 = \mathit{БЦ} - \mathit{ЦЗ}$	$\mathit{БЦ}$ — базова ціна пропозиції; $\mathit{ЦЗ}$ — цінова знижка
2.	Загальна вартість імпортованої партії.	$\mathit{З}_c = \mathit{Ц}_3 \times \mathit{К}_3$	$\mathit{К}_3$ — кількість імпортованих одиниць товару
3.	Сума можливого прибутку по імпортованій партії	$\mathit{П}_c = (\mathit{У}_m \times \mathit{З}_c)/100$	$\mathit{У}_m$ — середній рівень торговельної надбавки
4.	Сума податку на додану вартість імпортованої партії	$\mathit{ПДВ} = (\mathit{П}_c \times \mathit{С}_{\mathit{ПДВ}})/100$	$\mathit{С}_{\mathit{ПДВ}}$ — ставка податку у відсотках
5.	Можлива загальна сума реалізації імпортованої партії	$\mathit{P}_c = \mathit{З}_c + \mathit{П}_c$	
6.	Скоригований рівень витрат на імпортовану партію, %	$\mathit{В}_к = \mathit{В}_c - \mathit{В}_m + (\mathit{В}_к \times 100)/\mathit{P}_c$	$\mathit{В}_c$ — середній рівень витрат по даній групі товарів, %; $\mathit{В}_m$ - транспортні витрати, %; $\mathit{В}_к$ — конкретні витрати на транспортування партії
7.	Сума можливих витрат обігу за угодою	$\mathit{В}_o = (\mathit{В}_к \times \mathit{P}_c)/100$	
8.	Сума можливого балансового прибутку за угодою	$\mathit{П}_y = \mathit{P}_c - \mathit{З}_c - \mathit{В}_o - \mathit{ПДВ}$	$\mathit{В}_o$ — можливі витрати обігу за угодою
9.	Сума можливого чистого прибутку за угодою	$\mathit{П}_q = \mathit{П}_y \times (100 - \mathit{С}_n)/100$	$\mathit{С}_n$ — ставка податку на прибуток
10.	Рівень чистого прибутку за угодою щодо загальної вартості імпортованої партії, %	$\mathit{П}_3 = (\mathit{П}_q \times 100)/\mathit{З}_c$	
11.	Рівень чистого прибутку за угодою щодо можливої суми реалізації імпортованої партії	$\mathit{П}_p = (\mathit{П}_q \times 100)/\mathit{P}_c$	
12.	Рівень чистого прибутку за угодою щодо суми можливих витрат обігу за угодою	$\mathit{П}_y = (\mathit{П}_q \times 100)/\mathit{В}_o$	

Таким чином, після визначення очікуваної ефективності зовнішньоекономічної угоди (або максимального рівня ціни купівлі) необхідно,

при з'ясуванні умов контракту з контрагентом угоди, вишукувати можливість покращання попередніх комерційних позицій на підставі розгляду умов поставки товарів («Інкотермс 2000»), термінів розрахунків за імпортовані товари і та ін.

Питання для обговорення:

1. Які основні методики використовують для обчислення показників ефективності експорту та імпорту?
2. Які показники використовують для оцінки ефективності експорту?
3. Для яких основних груп товарів можуть розраховуватись показники економічної ефективності імпорту?
4. Які основні показники використовуються для аналізу ефективності ЗТО згідно методики І.Блала?
5. Як оцінити ефективність зовнішньоекономічної угоди з імпорту товарів на територію України?

Практичні завдання:

**Задача № 1.**

Згідно з угодою, в Україну імпортується 47900,16 л пива, яке розлито у пляшки по 0,33 л та запаковано в ящики по 24 пляшки в кожному. Сума, яку слід сплатити за партію пива, складає 21555,07 дол. США. Митний збір складає 0,2%, ставка мита 0,3 євро за 1 л., ставка акцизного збору становить 0,04 євро за 1 л. Валютний курс на момент митного оформлення складає 1 дол. США = 38,17 грн., 1 євро = 40,87 грн. Визначити ефективність угоди, якщо умовна ціна оптової реалізації однієї пляшки місткістю 0,33 л дорівнює 3,8 грн.

*Розв'язок:*

1) Припустимо, що митна вартість збігається з фактурною. Перерахуємо вартість товару у гривні з урахуванням курсу валют. Вартість складає  $21555,07 * 38,17 = 822\,757,02$  грн.

2) Обчислимо вартість митних зборів  $822\,757,02 \times 0,2\% = 1\,645,51$  грн.

3) Розраховуємо мито, виходячи з фіксованої ставки 0,3 євро за 1 л.  
 $47900,16\text{л} \times 0,3 \text{ євро} * 40,87 = 587\,303,86$  грн.

4) Визначаємо суму акцизного збору.  $47900,16\text{л} \times 0,04 * 40,87 = 78\,307,18$  грн.

5) Обчислення податку на додану вартість при фіксованій ставці 20 %. Сума податку складає  $(822\,757,02 + 1\,645,51 + 587\,303,86 + 78\,307,18) * 0,2 = 298\,002,71$  грн.

Визначимо вартість партії товару після митного оформлення:  $822\,757,02 + 1\,645,51 + 587\,303,86 + 78\,307,18 + 298\,002,71 = 1\,788\,016,28$  грн

Тепер визначимо орієнтовну вартість цієї партії товару на внутрішньому ринку, за умовною ціною оптової реалізації однієї пляшки місткістю 0,33 л, що дорівнює 23,8 грн:

$$47900 \times 3 \times 23,8 \text{ грн} = 3\,420\,060 \text{ грн.}$$

Різниця між вартістю оптової реалізації партії товару на внутрішньому ринку та вартістю, що утворилася після митного оформлення, становить ефективність імпортової операції. У нашому випадку угода є ефективною, оскільки різниця становить 1 632 043,72 грн.

## **Задача № 2.**

Підприємство експортує товар, витрати на виробництво якого становили 10 млн. грн. За товар отримано валютний виторг в сумі 7 млн. 200 тис. дол. На весь валютний виторг підприємство закупило товар, ціна якого на внутрішньому ринку 12,5 млн. грн. Розрахувати ефективність експортноімпортової операції та визначити отриманий ефект.

*Розв'язок:*

1) валютна ефективність експорту:

$$E_e = \frac{7\,200\,000}{10\,000\,000} = 0,72 \text{ дол. / грн.}$$

2) ефективність імпорту:

$$E_i = \frac{12\,500\,000}{7\,200\,000} = 1,74 \text{ дол. / грн.}$$

3) ефективність експорту:

$$E_e = V_e * K_{Vi} - Z_e = 7\,200\,000 * \frac{12\,500\,000}{7\,200\,000} - 10\,000\,000 = 2,5 \text{ млн грн.}$$

4) ефективність імпорту:

$$E_i = Z_i - \frac{V_i}{K_{Ve}} = 125\,000\,000 * \frac{7\,200\,000}{0,72} = 2,5 \text{ млн грн.}$$

Відповідь: Маємо тотожність показників ефекту експорту та імпорту.

### Задача № 3.

Укладено угоду на експорт 400 т свинини за ціною 12 тис. дол. США за одну тонну. Загальна вартість контракту становить 4,8 млн. дол. США. На момент укладення контракту співвідношення валют: 1 дол. США дорівнює 28,85 грн. Згідно з переліком довідкових цін, ціна 1 т свинини складає від 9 500 до 10 200 дол. США. Роздрібна ціна внутрішнього ринку за 1 т свинини становить 11 300 дол. США. Визначити ефективність ЗТО.

*Розв'язок:*

1) Вартість контракту за довідковою ціною (9 850 дол. США).

$$400 \times 9850 = 3\,940\,000 \text{ дол. США}$$

2) Вартість контракту за роздрібною ціною внутрішнього ринку (11 300 дол. США).

$$400 \times 11\,300 = 4\,520\,000 \text{ дол. США}$$

3) Ефективність даної угоди визначається як можливий прибуток при придбанні експортної партії:

а) за довідковою ціною 9 850 дол. США за тонну.

$$4\,800\,000 - 3\,940\,000 = 860\,000 \text{ дол. США};$$

б) за роздрібною ціною внутрішнього ринку України (11 300 дол. США за тонну).

$$4\,800\,000 - 4\,520\,000 = 280\,000 \text{ дол. США}$$

Таким чином, при закупівлі на внутрішньому ринку експортної партії за довідковими цінами рентабельність становитиме 17,92%. При закупівлі на внутрішньому ринку експортної партії за ринковими цінами, рентабельність буде меншою і становитиме 5,83%.

#### **Задача № 4.**

Укладено угоду на експорт 128 т борошна вищого ґатунку за ціною 600 дол. США за одну тонну. На момент укладення контракту співвідношення валют: 1 дол. США дорівнює 25,05 грн. Згідно з переліком довідкових цін, ціна 1 т борошна вищого ґатунку складає 300 дол. США. Роздрібна ціна внутрішнього ринку за 1 т дорівнює 396 дол. США. Оцінити ефект від укладеної угоди на основі довідкових цін та цін внутрішнього ринку.

#### **Задача № 5.**

Зробити висновки про економічну ефективність експортної та імпоротної угоди із застосуванням методики аналізу співвідношення цін на внутрішньому і зовнішньому ринках за такими даними:

- ціна одиниці експортованого товару, закупленого в певному обсязі на внутрішньому ринку, у гривнях – 54,2;
- ціна одиниці експортованого товару на зовнішньому ринку – 12,4 дол.;
- ціна одиниці імпортованого товару, що продається на внутрішньому ринку, в гривнях – 145,7;
- ціна одиниці імпортованого товару на зовнішньому ринку – 30 дол.;
- курс обміну іноземної валюти – 4,85 грн. за 1 дол.

## **Задача № 6.**

У зв'язку з тим, що умовою імпортованих соків «Kinder» для дітей в Україну є кількість 34800 л по 0,27 л в кожній пляшці. Вартість усієї партії складає 18300,61 \$. Митний збір 0,3%. Мито обчислюється по фіксованій ставці 0,3 євро за літр, ПДВ – 20% (по курсу 38,28 грн./\$, євро – 41,24). Визначити ефективність цієї угоди, якщо: умовна ціна оптової реалізації однієї пляшки місткістю 0,27 л дорівнює 2,6 грн. та ставка акцизного збору 0,03 євро за літр.

## **Практичне заняття № 5**

### **Тема: Укладення міжнародного договору купівлі-продажу**

Мета заняття: засвоїти теоретичний матеріал щодо розробки міжнародних угод купівлі-продажу.

#### Методичні вказівки:

Підставою для здійснення зовнішньоекономічної операції є **договір (контракт)** - письмово оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їхніх взаємних прав і обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності. Права, обов'язки і відповідальність партнерів за угодою згруповані в окремих розділах.

Структура та зміст зовнішньоторгових контрактів:

#### **1. Преамбула (визначення сторін)**

З преамбули починається текст контракту. Тут подається:

- назва та реєстраційний номер контракту (посередині сторінки);
- місце (нижче ліворуч) та дата його укладення (нижче праворуч);
- визначення сторін (ще нижче через кілька інтервалів).

Кожна із перерахованих характеристик є обов'язковою, тому що у деяких країнах контракт, який не має однієї з них, може бути визнаний недійсним.

*Номер ЗТК* привласнюється за згодою сторін, зазвичай за порядком реєстрації документів однієї із сторін (за місцем здійснення угоди), але може бути і подвійний номер, тобто містити реєстраційні дані обох сторін.

*Місце укладення контракту* визначає закон, який застосовується до угоди, тобто визначає права та обов'язки сторін.

*Дата укладення угоди* юридично означає момент набуття договором чинності, з якого виникають права та обов'язки сторін за контрактом.

*Визначення сторін* (спочатку продавця, потім покупця) містить:

- їх повні та скорочені юридичні назви (фірмові назви), тобто ті назви, під якими зони зареєстровані в торговому (державному) реєстрі у своїх країнах (із зазначенням номерів їх реєстраційних свідоцтв та місця реєстрації);
- місцезнаходження (назва країни та міста);
- їх правовий стан, включаючи зазначення номера та виду ліцензії на даний вид діяльності;
- назви сторін у тексті контракту як контрагентів ("Продавець" та "Покупець", "Постачальник" та "Замовник").

Приклад преамбули:

*КОНТРАКТ N 5/21*

*м.Львів*

*26 серпня 2023 р.*

*Акціонерне товариство \_\_\_\_\_, надалі "Продавець", в особі \_\_\_\_\_, з одного боку, та фірма \_\_\_\_\_, надалі "Покупець", в особі \_\_\_\_\_, - з другого боку, уклали цей Контракт у такому:*

## **2. Визначення та термінологія**

Цей розділ дуже важливий, оскільки у торговій практиці різномовних країн термінологія завдяки традиціям та особливостям перекладу визначень може не співпадати, і тому сторони повинні попередньо визначити перелік найважливіших термінів та значень слів - записати їх адекватне тлумачення і надалі суворо дотримуватись його при складанні інших статей усіх документів, що входять у ЗТК (основного тексту, додатків, доповнень, протоколів тощо). До них належать такі **поняття**: ціни, знижки, найменування товарів, умови.

## **3. Предмет контракту**

У цьому розділі зазначається:

- описання предмета контракту;
- назва об'єкта угоди (товару);
- характеристика об'єкта угоди (товару).

Іноді в цьому розділі обумовлюють кількість та базисні умови поставки (БУП).

**Предметом контракту** може бути продаж або поставка товару, надання послуг, передача технології тощо, тобто вид зовнішньоторгової угоди (купівля-продаж, підряд, оренда тощо).

**Назву товару** необхідно вказати так, як він іменується у міжнародній торгівлі. Визначаючи асортимент, зазначають види, марки та моделі товарів.

Вид товару має важливе значення при визначенні не тільки виду ЗТК, а й правової регламентації, наприклад, при отриманні пільг, встановленні розміру мит та зборів, квотування продукції тощо.

**Характеристика товару** містить визначення основних його параметрів. При продажу, наприклад, обладнання вказуються його продуктивність, потужність, витрати палива, енергії та інші показники.

Приклад формулювання цієї статті (зазвичай у минулому часі):

"Продавець продав, а Покупець купив на умовах ФОб порт Одеса (Інкотермс 2000) один верстат типу АВС" або "Продавець продав, а Покупець купив електронне обладнання (надалі - обладнання) та супутні товари (надалі - товари), перераховані у Додатку №1 до даного Контракту, та який є його невід'ємною частиною, на суму \_\_\_\_\_ доларів США на умовах, викладених у цьому Контракті".

#### 4. Кількість (або ціна та кількість, або предмет та кількість)

Визначаючи кількість товару, сторони повинні/узгоджувати:

- одиниці вимірювання кількості;
- порядок визначення кількості;
- систему мір та ваги;
- застереження "близько" та "за опціоном";
- чи включаються тара та упакування у кількість товару;
- які організації визначають кількість товару;
- якими документами засвідчується кількість товару.

Кількість товару вказується у характерних для нього **одинацях вимірювання**, прийнятих у міжнародній торгівлі для даного товару. У контракті необхідно встановити **систему міри та ваги**, тому що у різних країнах використовуються різноманітні системи мір та ваги.

У контракті обумовлюється також, чи **входить тара й упакування у кількість товару, що поставляється**. Залежно від цього розрізняють: 1) **масу бруто** - масу товару разом з внутрішньою та зовнішньою упаковками; 2) **масу нетто** - масу товару без будь-якої упаковки.

Приклад формулювання:

"Продавець продав, а Покупець купив 3000 метро-тонн замороженої свинини у напівтушах", або "Продавець продав, а Покупець купив на умовах ФОб порт Одеса (Інкотермс 2000) обладнання та запасні частини. Специфікація обладнання та запасних частин з цінами

та вагою по позиціях передбачена у Додатку №1 до даного Контракту, який є його невід'ємною частиною".

## 5. Базисні умови поставок

Поняття "**базисна умова поставки**" визначає зобов'язання продавця та покупця з доставки товару і встановлює момент переходу з продавця на покупця ризику випадкової загибелі або псування товару. Витрати з доставки товару, які, відповідно до базисної умови, несе продавець, входять у ціну товару, утворюючи її основу - **базис** (тому й умови називаються базисними). Крім того, базисні умови поставок визначають зобов'язання сторін із страхування вантажів, оформлення комерційної документації, отримання ліцензій, оплати мит, направлення повідомлень тощо.

Найчастіше визначення базисних умов поставки (БУП), так само як і кількість, не виділяється в окрему статтю, а входить у статтю "Ціна та кількість (або загальна сума контракту)" або "Предмет та кількість".

## 6. Ціна та загальна сума контракту

У даному розділі контракту фіксується:

- базисна умова поставки;
- валюта ціни;
- рівень та спосіб фіксації ціни товару;
- чи включені у ціну вартість тари, упаковки, маркірування;
- загальна сума контракту.

**Валюта ціни** - це валюта, у якій зафіксована ціна товару у контракті. Найчастіше це долари США, євро, швейцарські франки, англійські фунти стерлінгів, японські єни. Визначення валюти ціни є важливою умовою контракту.

**Рівень ціни товару** - це основне питання зовнішньоторгової угоди. Контрактна ціна має базуватися на рівні світової ціни. Практично **світові ціни - це експортні ціни основних постачальників даного товару та імпорتنі ціни у найважливіших центрах імпорту цього товару**. Це ціни, за якими здійснюються значні експортно-імпорتنі операції, які достатньо повно характеризують стан торгівлі даним товаром.

**Спосіб фіксації ціни** визначає, коли фіксується ціна у контракті: у момент його укладання, протягом строку його дії або у момент його виконання.

Приклад формулювання даної статті:

*"Ціни тверді і не підлягають зміні. Ціни розуміються ФОБ порт Марсель (Інкотермс 2000), включаючи, зокрема, вартість морського експортного упакування, маркування, докові, портові, кранові та митні збори, вартість ліхтерування, переміщення вантажу на причалі, з*

виконання стивідорних робіт та митних формальностей, навантаження на борт та у трюм судна з укладанням у трюмі (штивка)".

## **7. Якість товару**

У цьому розділі зазначається:

- технічний рівень та якість товару, що постачається;
- документи та організації, які підтверджують якість товару;
- комерційні гарантії якості;
- перевірка якості або прийняття товару на підприємствах постачальників.

*Визначити якість товару у контракті купівлі-продажу - означає встановити якісну характеристику товару, тобто сукупність властивостей, що визначають придатність товару для використання його за призначенням відповідно до потреб споживача.* Вибір способу визначення якості залежить від характеру товару, від практики, що склалася у міжнародній торгівлі даним товаром, та інших умов.

Документом, який підтверджує якість товару, може бути *сертифікат виробника або сертифікат нейтральної організації*, яка надає його на замовлення продавця. За надання сертифіката продавець може вимагати підвищення ціни товару.

Приклад формулювання даної статті:

*"Якість товару повинна відповідати зразкам-еталонам, узгодженим та підтвердженим сторонами, а також технічним умовам, викладеним у Додатках №№ \_\_\_\_\_ до даного Контракту, які є його невід'ємною частиною. Якість товару повинна підтверджуватись Сертифікатом про якість, виданим підприємством-виробником. Продавець з першою партією товару для кожного отримувача посилає по одному зразку-еталону кожного виробу, який буде відвантажуватись на адресу даного отримувача. Зразки еталонів повинні бути опломбовані, укладені в індивідуальний пакет з написом "Дублікат еталона". Зразки-еталони оплачує Покупець. Для цього у рахунках за поставлений товар необхідно зазначити окремим рядком: дублікат зразка-еталона; артикул, розмір, кількість, ціна, сума, номер ящика".*

## **8. Строк та дата поставки (або строк та умови поставки)**

У даному розділі фіксується:

- визначення строку поставки;
- повідомлення експортером імпортера про готовність товару до відвантаження та про здійснене відвантаження;
- повідомлення імпортером експортера про готовність прийняти товар;
- спеціальні застереження стосовно дострокової поставки;
- додаткові інструкції експортерам;

- визначення дати поставки;
- умова поставки товару.

**Визначення строку поставки у контракті означає** визначення часу, коли товар повинен бути доставлений продавцем в узгоджений сторонами географічний пункт. Географічні пункти визначаються базисними умовами контракту.

Приклад формулювання даної статті:

*"Поставка товару за даним Контрактом повинна бути здійснена протягом 10 днів з моменту повідомлення Покупця про надходження платежу на рахунок Продавця. Протягом цього строку витрати зі зберігання оплаченого товару несе Продавець, а починаючи з 11-го дня - Покупець у розмірі 0,1% від контрактної ціни за кожний повний день прострочки. Датою поставки вважається дата акта здавання-приймання. Товар відпускається лише основному контрактоутримувачу".*

## 9. Умови платежу

Цей розділ містить визначення:

- валюти платежу;
- курсу перерахунку валюти ціни у валюту платежу;
- виду, форми та засобу розрахунків за поставлений товар;
- переліку товаророзпорядчих документів;
- заходів проти необгрунтованої затримки платежу або інших порушень.

**При виборі умов платежу враховуються такі фактори:**

- 1) характер товару (сировина, обладнання, послуги, ноу-хау тощо);
- 2) кон'юнктура ринку відповідного товару (сприятлива чи ні);
- 3) торгові звичаї (кредит, готівка тощо);
- 4) наявність міжурядових платіжних угод;
- 5) норми національного валютного контролю країн-контрагентів;
- 6) одноманітні правила щодо застосування форм розрахунків (інкасо, акредитив), що склалися у банківській практиці.

Умови платежу встановлюють, на якій стадії руху товару здійснюється його оплата і чи буде вона здійснюватись одноразово чи окремими внесками.

## 10. Здавання-прийняття товару

**Здавання-прийняття товару є одним актом**, в результаті якого відбувається передача товару покупцю та перевірка відповідності фактичних кількості та якості товару тим, які

передбачені в контракті. Для продавця здавання товару фактично означає поставку товару покупцю.

У контракті сторони зазначають **порядок здавання-прийняття**, а саме:

- вид (характер) здавання-прийняття;
- місце та строки здавання-прийняття;
- способи здавання-прийняття за кількістю;
- способи здавання-прийняття за якістю.

Відповідно до усіх умов "Інкотермс" продавець до поставки товару повинен за свій рахунок забезпечити перевірку товару (перевірку якості, вимірювання, зважування, підрахунок). Дані цієї перевірки відображаються у товаросупроводжувальних документах (сертифікат якості, упаковальний лист, відвантажувальна специфікація).

При здаванні товару перевізнику останній перевіряє кількість товару, який передається, і на підставі цієї перевірки фіксує кількість прийнятого товару у транспортних документах.

*Приклад формулювання даної статті:*

*"Товар вважається зданим Продавцем та прийнятим Покупцем: за кількістю місць - згідно з автонакладною, за кількістю виробів - згідно із Специфікацією Продавця, за якістю - згідно з якістю, зазначеною у Сертифікаті про якість".*

## **11. Гарантії, претензії щодо кількості та якості**

Більшість контрактів містить умови про надання гарантій якості товару, який поставляється. Відносно товарів, для яких не встановлюються гарантії, в контракті може вказуватись термін, протягом якого покупець має право пред'явити продавцю претензії щодо кількості та якості.

**Гарантії якості** - це встановлені законом зобов'язання продавця відповідати за матеріальну недостачу товару, виявлену протягом гарантійного періоду. Гарантії розповсюджуються не тільки на обумовлену в контракті, а й на ту якість, яка впливає із суті угоди. У випадку відхилення від неї покупець має право пред'явити продавцю претензії щодо якості товару.

У зв'язку з правами та обов'язками сторін **щодо гарантій та претензій** в контрактах обумовлюються:

- обсяг та термін гарантій;
- термін пред'явлення претензій - там, де гарантії не передбачені;
- способи врегулювання претензій та порядок їх задоволення;
- випадки, на які гарантії не поширюються та претензії не задовольняються.

**Обсяг гарантій** залежить від складності товару і технічних умов контракту.

**Термін гарантій** становить від кількох місяців до кількох років. Він може бути встановлений від:

- дати поставки товару;

- дати запуску обладнання в експлуатацію;
- дати передачі товару першому споживачу;
- моменту отримання покупцем від продавця повідомлення в письмовій формі, про те, що товар готовий до відправки.

**Термін пред'явлення претензій** в тих контрактах, що не передбачають гарантій, встановлюється за домовленістю сторін, залежить від характеру товару і, значною мірою, від співвідношення позицій продавця та покупця, що визначається гостротою конкуренції та зацікавленістю продавця в покупці. При цьому встановлюються різкі терміни для пред'явлення претензій щодо якості та кількості, причому перший термін триваліший, ніж другий.

**Способи врегулювання претензій** або вимоги, які має право пред'явити покупець продавцю при поставках, що не відповідають умовам контракту, можуть бути такими:

- відмова від дефектного товару та повернення виплачених грошей;
- виправлення дефектів за рахунок продавця;
- зниження ціни товару або надання знижки з ціни рекламованого товару шляхом уцінки усії партії товару пропорційно проценту дефектного товару;
- заміна дефектного товару товаром відповідної якості;
- поповнення недовантаження окремою партією або при наступних поставках;
- зобов'язання врахувати встановлену суму за рекламований товар при розрахунках по наступних поставках по тому ж контракту або у наступній угоді.

Всі транспортні та інші видатки, пов'язані з поверненням дефектного товару і його заміною, оплачуються продавцем.

В контракті також можуть бути зазначені **випадки, на які гарантії не розповсюджуються та претензії не задовольняються**. Це дефекти, що є наслідком недотримання покупцем умов та правил експлуатації, зберігання і транспортування виробів, надмірного перевантаження, застосування його не за призначенням, втручання покупця в конструкцію виробу. Щодо машин та обладнання претензії також не пред'являються відносно запасних частин, що швидко зношуються, природного зношення обладнання, збитку, що виникає внаслідок недостатнього чи неправильного монтажу і запуску в експлуатацію недостатньо кваліфікованим персоналом покупця, а також внаслідок недотримання покупцем технічних умов продавця тощо.

Приклад формулювання цієї статті:

*"Продавець гарантує, що поставлений за цим Контрактом товар виготовлений згідно із стандартами та технічними умовами країни-виробника. У підтвердження цього Продавець надає Покупцю Сертифікат якості виробника. Строк гарантії становить \_\_\_\_\_ місяців з дати поставки кожної партії товару. Покупець зобов'язаний негайно надати Продавцю претензії як щодо якості, так і щодо кількості товару, у крайньому разі - протягом 10 днів з дати поставки товару. Покупець зобов'язаний скласти та передати Продавцю підтверджений Торговою палатою рекламацийний акт, із якого будуть виявлені характер дефекту, день його виявлення та його причина".*

## 12. Пакування та маркування товару

У тих випадках, коли характер товару та умови його транспортування обумовлюють необхідність упаковки, у контракті у цьому розділі встановлюються:

- вид та характер пакування;
- якість пакування;
- порядок пакування;
- розміри пакування;
- спосіб оплати пакування;
- повернення контейнерів;
- зміст або реквізити маркування;
- порядок нанесення маркування.

**Вид та характер пакування** залежить від:

- *особливостей товару*, який підлягає пакуванню;
- *способу, відстані та тривалості транспортування* товару, можливості перевантаження у дорозі, температурного режиму під час транспортування, пори року, способу оплати за транспортування, сумісності з іншими вантажами тощо.

- *кліматичних особливостей країни призначення*. Особливі вимоги висуваються до упакування вантажів, які поставляються у тропічні країни, де висока вологість повітря, висока середня температура.

- *вимог митного режиму країни призначення*. Основна вимога до упаковки у даному разі полягає у максимальному наближенні до вказівок, які містяться у митному тарифі, що має особливе значення при збиранні специфічних мит з ваги бруто товару.

- *законодавства країни призначення*. У багатьох країнах законодавство забороняє ввезення товарів у певній упаковці, у деяких країнах введені імпорتنі мита на окремі види упакувальних матеріалів.

**Якість пакування товару** в контракті найчастіше визначається переліченням вимог, яким воно повинно відповідати: водонепроникне, морське, картонне, належне, звичайне, поліетиленова плівка, тропічне, пакувальний папір, пакувальне полотно, експортне пакування, без пакування.

**Порядок пакування** полягає в тому, що продавець зобов'язаний на кожне товарне місце оформити пакувальний лист і певним чином переслати його, а також товаросупровідну документацію разом з товаром, покупцеві.

**Розміри пакування** обумовлюються в контракті при купівлі-продажу великогабаритних товарів (зокрема обладнання). Вони повинні бути упаковані з урахуванням габаритів транспортних засобів, крім того, упакування повинно бути пристосоване до перевантаження кранами і/або навантажувачами.

**Способи оплати вартості пакування** встановлюються сторонами у ЗТК і можуть передбачати:

- включення ціни пакування у ціну товару;
- визначення ціни пакування у відсотках від ціни товару;
- визначення ціни пакування окремо від ціни товару.

Під **маркуванням** розуміють необхідні написи, зображення та умовні позначення, які розміщуються на упаковці, бирках або на відвантаженому товарі та які необхідні для належного перевезення і здачі вантажу отримувачу.

**Зміст (реквізити) маркірування**, яке наноситься продавцем на пакування, поділяються на:

- 1) *товарне маркування - позначення, необхідні для адресата - отримувача вантажу;*
- 2) *вантажне маркування - позначення, необхідні для транспортної організації, що перевозить вантаж;*
- 3) *транспортне маркування - позначення, необхідні під час перевезення;*
- 4) *спеціальне маркування - позначення, що вказують, як слід поводитись з товаром під час його перевезення, вантажно-розвантажувальних робіт, зберігання у дорозі.*

Невідповідність пакування, захисту та маркування може бути самостійним видом порушення ЗТК, який викликає втрати, і тому пакування, захист та маркування з точки зору рекламацийного права є окремими зобов'язаннями, по яких у ЗТК можуть передбачатись спеціальні санкції.

Приклад формулювання цієї статті:

*"Товар повинен відвантажуватись у відповідному експортному упакуванні. Упакування та консервація повинні забезпечувати повну схоронність товару від різного роду пошкоджень та корозії при перевезенні його усіма видами сухопутного транспорту з урахуванням декількох перевантажень у дорозі. Маркування повинно бути нанесено чітко, незмивною фарбою українською мовою і містити таке:*

- *вантажоотримувач;*
- *Контракт №;*
- *вага брутто;*
- *вага нетто;*
- *розміри ящика у см (довжина, висота, ширина);*
- *вантажовідправник.*

*Місця, які потребують особливого поводження, повинні мати додаткове маркування:*

- *Верх! Обережно! Не кантувати! Температура зберігання.*

*Продавець несе відповідальність за будь-які пошкодження товару внаслідок неналежного упакування та консервації. Продавець повинен відшкодувати Покупцю додаткові витрати, які можуть виникнути внаслідок неправильного та/або неповного маркування".*

### **13. Відвантаження товару**

Покупцю важливо знати час фактичного відвантаження товару для того, щоб своєчасно потурбуватись про прийняття товару. В цьому розділі фіксуються:

- взаємні зобов'язання продавця і покупця відносно повідомлення інформації про відвантаження продукції;

- порядок виконання цих зобов'язань.

*Покупець зобов'язаний повідомити продавцеві відвантажувальні інструкції, зокрема реквізити отримувача вантажу, маршрут доставки. У ЗТК при цьому вказується граничний термін подання інструкцій продавцеві, що визначається кількістю днів до початку встановленого в контракті терміну поставки.*

*Продавець відповідає за випадки відвантаження товару з порушенням відвантажувальних інструкцій покупця.*

*Продавець відповідає за своєчасне повідомлення покупця про відвантаження товару.*

*Приклад формулювання цієї статті:*

*"Не пізніше ніж за 45 днів до початку поставки обладнання Продавець повинен надати Покупцю перелік обладнання, що поставляється, із зазначенням його ваги, розмірів, кубатури. Якщо Продавець не доставить своєчасно обладнання (повністю або частково), зазначене у переліку, у порт, то витрати, пов'язані із мертвим фрахтом, будуть віднесені на його рахунок. Не пізніше 24 годин після відвантаження обладнання Продавець повинен повідомити Покупцю і у копії представнику Покупця у країні Продавця телеграфом або телексом такі дані: номер Контракту, трансу найменування обладнання, назву судна, номер коносаменту або номер накладної при транспортуванні іншими видами транспорту, дату відвантаження, вартість відвантаженого обладнання, кількість місць та вагу. Це повідомлення повинно бути підтверджено листом протягом 48 годин. Якщо в обладнання, що поставляється, входять вибухонебезпечні, легкозаймисті, отруйні або радіоактивні речовини, Продавець повинен поінформувати про це Покупця телеграфом або телексом не пізніше ніж за 45 днів до відвантаження".*

## **14. Санкції**

Санкції застосовуються як засіб зацікавити партнерів добросовісно виконувати обов'язки і для захисту інтересів однієї із сторін у разі порушення будь-якої з умов контракту іншою стороною.

У цій статті контракту зазначається:

- види санкцій, які можуть застосовувати покупці до продавців у зв'язку з невиконанням останніми умов ЗТК;
- види санкцій, які можуть застосовувати продавці до покупців у зв'язку з невиконанням останніми умов ЗТК;
- спосіб розрахунку конвенційного штрафу та/або збитків; максимальний розмір штрафу;
- умова про одностороннє анулювання контракту при невиконанні однієї із сторін зазначених обов'язків.

Найрозповсюдженішим видом санкцій є штраф з продавців за прострочення поставки товару, так званий конвенційний штраф.

У зв'язку з простроченням поставки товару в контракт також вноситься **умова про одностороннє його анулювання**, якщо прострочення перевищить обумовлений в контракті термін. У цьому випадку продавцеві ніякі витрати і збитки не відшкодовуються. Більше того, він буде зобов'язаний сплатити покупцеві штраф за прострочення поставки в розмірі вказаного в контракті максимального відсотка.

В контракті можуть бути передбачені **санкції** на випадки порушення інших його умов не тільки з боку продавця, ай з боку покупця.

Стосовно **продавця** можуть бути застосовані **санкції**:

- за поставку дефектного або некомплектного товару;
- за поставку товару в тарі з маркіруванням або відвантажувальними реквізитами, що не відповідають умовам контракту;
- за неповідомлення про відвантаження;
- за затримки у наданні техдокументації тощо.

**Санкції до покупця** можуть бути застосовані:

- за затримку у відкритті акредитива;
- за затримку у платежах;
- за затримку у поданні технічної документації тощо.

Приклад формулювання цієї статті:

*"Якщо поставка товару не буде здійснена у встановлені у Контракті строки, Продавець сплачує Покупцю штраф, розрахований від вартості непоставленого у строк товару із розрахунку 0,1% вартості за кожний день запізнення. Якщо запізнення перевищує 30 днів, нарахування штрафу припиняється, і Продавець платить Покупцю неустойку у розмірі 10% від вартості непоставленого у строк товару. У разі прострочки у поставці товару за цим Контрактом понад 40 днів Покупець має право, повідомивши Продавця, розірвати Контракт. У разі поставки дефектного товару Продавець сплачує Покупцю штраф у розмірі 10% від вартості забракованого товару. Продавець платить Покупцю штраф у розмірі 10% у випадках:*

- *неправильного маркування на місцях або окремих предметах;*
- *неякісного упакування, яке не забезпечує схоронність вантажу у дорозі;*
- *складання відвантажувальних документів з неправильними даними;*
- *поставки товарів не відповідно до умов Контракту за розмірами, кольорами, ростовкою;*
- *відвантаження товарів достроково без згоди Покупця. Уплата штрафу чи неустойки не звільняють Продавця від обов'язку виконання Контракту".*

## 15. Страхування

У зовнішній торгівлі товари страхуються від ризиків пошкодження або втрати при транспортуванні, тобто **від транспортних ризиків**. Страхування є добровільним актом, і його основні умови встановлюються в контракті і саме в ньому фіксуються:

- обов'язки продавця і покупця із страхування вантажу;
- тривалість і обсяг страхової гарантії;
- умови страхування;
- види ризиків, від яких має бути застрахований вантаж.

**Обов'язки сторін із страхування вантажу:** страхування може здійснюватись будь-яким із партнерів або на свою користь, або на користь іншої сторони, або ж на користь третьої особи (ним звичайно є вантажоодержувач), залежно від того, хто бере на себе ризик пошкодження або втрати вантажу, і, відповідно, за рахунок цієї сторони. Інколи в контракті робиться посилання на базисні умови «Інкотермс», які визначають обов'язки сторін із страхування.

У тих випадках, коли страхування вантажу здійснене на користь іншої сторони, в контракті повинна бути оговорена умова про передачу даній стороні **страхового полісу або сертифіката**. При цьому, якщо страхувальником є продавець, страховий поліс входить в комплект платіжних документів.

**Тривалість страхової гарантії**, що встановлюється в контракті, визначається тим, на який термін з моменту відвантаження товару із заводу постачальника до моменту доставки його на склад покупця розповсюджується гарантія.

**Обсяг страхування** звичайно становить суму більшу, ніж вартість контракту, - в основному **110% вартості ЗТК**. Страхування здійснюється у валюті ЗТК.

**Умови страхування** відрізняються набором ризиків, що страхуються.

**Розмір платежів за страхування** становить, як правило, частки відсотка від вартості товару.

Приклад запису цієї статті ЗТК:

"*Страхування проданого обладнання Продавець здійснює у першокласному страховому товаристві на свій розсуд від звичайних морських ризиків для даного товару до \_\_\_\_\_ на користь покупця*".

## 16. Форс-мажор або обставини непереборної сили

На перебіг виконання контрактів можуть суттєво вплинути обставини, передбачити настання яких заздалегідь при укладенні контрактів сторони не мали можливості, оскільки вони виникають внаслідок непередбачених та невідворотних подій надзвичайного характеру. Такі обставини називаються **обставинами непереборної сили або форс-мажорними**.

Згідно з рекомендаціями Міжнародної торгової палати (МТП) форс-мажорні обставини поділяються на такі **категорії**:

- а) повінь (але щорічний розлив річок не є форс-мажорною обставиною), землетрус, шторм, осідання ґрунту, цунамі, інші стихійні лиха природи; епідемії;
- б) пожежі, вибухи, вихід з ладу чи пошкодження машин та устаткування;
- в) страйки, саботаж, локаут та інші непередбачені зупинки на виробництві;
- г) оголошена чи неоголошена війна, революція, масові безпорядки, піратство;

г) законні або незаконні дії органів державної влади чи управління та їх структурних підрозділів, які перешкоджають виконанню контракту (наприклад, ембарго на експорт певних товарів, валютні обмеження тощо).

Поняття "форс-мажор" не має юридичного визначення, тому партнери для запобігання розбіжностей повинні встановити у контракті таке:

- Узгоджений перелік форс-мажорних обставин
- Умови про те, що сторона, для якої виникла неможливість виконання контракту, повинна "негайно" швидким зв'язком повідомити іншу сторону про їх настання та припинення і протягом встановленого у ЗТК строку (10-15 днів,) у письмовій формі надати офіційне підтвердження настання дій таких обставин. Несвоєчасне повідомлення про обставини непереборної сили позбавляє відповідну сторону права посилається на них у майбутньому.
- Документ, яким буде підтверджуватись настання обставин непереборної сили. У всьому світі його видають національні торгово-промислові палати.
- Граничний строк дії форс-мажору, після якого партнери мають право анулювати взаємні зобов'язання. Його тривалість встановлюється з урахуванням строку виконання контракту, характеру товару, способу продажу, торгових звичаїв.

Приклад формулювання цієї статті:

*"Обставини форс-мажору (пожежа, повінь, землетрус та інші природні лиха, військові дії, ембарго на експорт та імпорт, інші обставини, які не залежать від сторін) співрозмірно відсувають строки поставки, оскільки вони значною мірою впливають на виконання у строк Контракту або частини його. Продавець негайно, протягом доби, повідомляє Покупця про початок та закінчення обставин форс-мажору, причому повідомлення про наявність та тривалість обставин форс-мажору повинно бути підтверджено Торговою палатою. При невиконанні Контракту понад \_\_\_\_\_ місяців Покупець має право анулювати весь Контракт або його частину".*

## **17. Арбітраж**

**Суперечки**, що виникають між партнерами при виконанні контрактів, які вони не змогли розв'язати договірним шляхом під час переговорів, відповідно до міжнародних традицій, **передаються на розгляд арбітража**. Ці суперечки можуть виникнути у таких випадках:

- у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням сторонами своїх зобов'язань за контрактом (строки, якість, розрахунки);
- у зв'язку з різним тлумаченням сторонами умов контракту при його виконанні.

Міжнародний комерційний арбітраж (третейський суд) регулюється національним законодавством, міжнародними двосторонніми та багатосторонніми угодами.

Міжнародні комерційні арбітражні суди набувають компетенції на розгляд суперечок тільки на підставі письмової згоди сторін, що сперечаються.

Арбітражна угода може називатись:

- третейським записом -це угода відносно суперечки, що вже виникла;
- арбітражним застереженням - угода відносно суперечок, які можуть виникнути у майбутньому.

## 18. Інші умови

Інші умови контракту містять цілу *низку застережень, які уточнюють взаємні права та обов'язки сторін*. До них можна віднести, наприклад, такі:

- умову про те, що після укладення контракту усе попереднє листування та переговори по контракту втрачають силу;
- умову про необхідність збереження у таємниці від третіх осіб комерційної та іншої інформації, одержаної під час виконання контракту;
- умову, яка містить застереження про те, що жодна з сторін не може передавати свої права та зобов'язання за контрактом третій стороні без письмової згоди іншої сторони;
- відвантажувальні інструкції та повідомлення про поставки товару;
- умови передачі технічної документації на товар, що поставляється;
- умови збереження торгових марок;
- умови, що дозволяють, обмежують чи забороняють реекспорт;
- порядок оплати мит, податків, зборів, банківських комісій;
- умови, що визначають перехід права власності на проданий товар;
- патентне застереження - його рекомендується використовувати в експортних контрактах незалежно від того, наскільки добре проведений аналіз на патентну чистоту;
- документ, на основі якого буде тлумачитися контракт (це може бути Інкотермс - 2010). Але при цьому слід мати на увазі, що коли у контракті є спеціальні застереження, які суперечать умовам Інкотермс, то дія цих застережень має переважне значення;
- порядок та строки подання і розгляду претензій;
- умови про відрядження спеціалістів до споживача продукції (у контрактах на машини та обладнання);
- умови виконання шефмонтажних та монтажних робіт, з технічного обслуговування виробів, з постачання їх запасними частинами;
- момент набуття контрактом чинності;
- кількість підписаних екземплярів контракту;
- посторінковий обсяг контракту з усіма додатками;
- якими мовами складений і має силу контракт. Може бути варіант, коли контракт складений двома мовами, але у контракті зазначено, що контракт має силу лише однією конкретною мовою;
- якою мовою сторони домовились вести листування.

Приклади формулювання даної статті:

*"У всьому, що не передбачено цим Контрактом, для сторін будуть обов'язковими загальні умови поставок, які додаються до даного Контракту".*

*"Усі збори, податки та митні витрати на території країни Продавця оплачує Продавець, а на території Покупця - Покупець. З моменту підписання даного Контракту усі попередні переговори та листування втрачають силу. Продавець не має права передавати*

третім особам права та обов'язки за Контрактом без письмової згоди Покупця. Порушення цього правила дає право Покупцю негайно відмовитись від Контракту. Усі Додатки до цього Контракту є його невід'ємними частинами. Будь-які зміни та доповнення до цього Контракту дійсні лише за умови, якщо вони здійснені у письмовій формі та підписані обома сторонами. Листування, пов'язане з виконанням даного Контракту, буде вестись англійською або українською мовами. Цей Контракт складений у двох екземплярах українською та англійською мовами кожний, причому обидва тексти мають однакову силу. Цей Контракт разом із Додатками містить \_\_\_\_\_ сторінок. Контракт набуває силу з дати його підписання".

## 19. Юридичні адреси та рахунки (банківські реквізити) сторін

У цьому розділі записуються:

- повні юридичні адреси сторін, які відповідають адресам, що містяться у зареєстрованих статутах підприємств сторін;
- імена представників сторін;
- банківські рахунки та адреси обслуговуючих банків (повна назва банку, з розрахункового рахунка якого (або на розрахунковий рахунок якого) будуть здійснюватись платежі, із зазначенням його повної адреси, реквізитів зв'язку та номера розрахункового рахунка).

Якщо особами, які підписують контракт, є керівники сторін "за положенням" і сторони домовились обміняти копіями зареєстрованих статутів або підписання здійснено на підставі доручень, у реквізитах контракту рекомендується зробити позначку: **"Копія зареєстрованого статуту отримана" або "Копія доручення № \_\_\_ від \_\_\_\_\_, підписана президентом (генеральним директором) \_\_\_\_\_, отримана"**.

Контракт скріплюється підписами уповноважених представників та печатками на останніх сторінках основного тексту та на кожному його додатку. Крім того, кожна сторінка основного тексту контракту та додатків **парафуються** підписантами або їх помічниками на свідчення того, що сторони згодні з умовами, записаними на цій сторінці, а також для того, щоб виключити можливі зловживання.

Приклад формулювання цієї статті:

Продавець: \_\_\_\_\_

Покупець: \_\_\_\_\_

За Продавця: \_\_\_\_\_

За Покупця: \_\_\_\_\_

( )

( )

Вищенаведена структура контракту є зразком. При оформленні контрактів окремі розділи можуть бути об'єднані або введені інші.

Практичне завдання: Скласти зовнішньоекономічний контракт купівлі-продажу будь-якої продукції будь-якого підприємства.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Практикум: навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра за освіт. програмою «Менеджмент міжнародного бізнесу» спец. 073 Менеджмент / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А. Р.Дунська, Г. П. Жалдак, В. Ю. Бондар. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. – 110 с.
2. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак А.О. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. - 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 608 с.
3. Крамаренко А.В., Алексєєнко І.А. Управління зовнішньоекономічною діяльністю та маркетинг: Конспект лекцій. – Дніпро: НМетАУ, 2021. – 58 с.
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4-те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с.

Навчально-методичне видання

Алексєєнко Інна Анатоліївна

## **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ**

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ З  
ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ  
ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ СПЕЦІАЛЬНОСТІ  
D3 «МЕНЕДЖМЕНТ» (БАКАЛАВРСЬКИЙ РІВЕНЬ)

Електронне видання

Експертний висновок склав канд. екон. наук, проф. Д. Козенков  
Зареєстровано НМВ УДУНТ (№ 96 від 05.05.2026)

В авторській редакції  
Комп'ютерна верстка І. А. Алексєєнко

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 2,50. Обл.-вид. арк. 2,52.  
Зам. № 36.

Видавець: Український державний університет науки і технологій  
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, м. Дніпро, 49010.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7709 від 14.12.2022