

Міністерство освіти і науки України
Державний університет «Житомирська політехніка»
Факультет бізнесу та сфери обслуговування
Кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій

Курс лекцій з навчальної дисципліни
«Організація і технологія комерційної діяльності»

Тема 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на товарному ринку. Система зв'язків в умовах ринку та їх правове регулювання.

Викладач: к.е.н., доц. Сотник Ангеліна Анатоліївна

1. Поняття та характеристика товарного ринку

Ринок - це система, у якій формуються та динамічно змінюються відтворювальні процеси, механізми взаємодії виробництва і споживання, а також різні види комерційно-господарських процесів за допомогою купівлі-продажу товарів, капіталів, робочої сили, технологій, інформації тощо.

Поняття «товарний ринок» є складовою частиною системи «класичний ринок», яка функціонує за законами і правилами.

Товарний ринок - це система економічних зв'язків між продавцями та покупцями, що виникають в процесі доведення товарів від виробників до споживачів.

Матеріальний ринок необхідно розуміти тільки як місце реалізації системи економічних взаємовідносин, однак не ототожнювати його із товарним ринком, як категорією.

Види товарних ринків:

Галузевий товарний ринок характерний для однієї галузі чи навіть підгалузі товарного виробництва.

Національний товарний ринок - економічні відносини якого характеризують національні особливості тієї етнічної групи населення, що проживає на визначеній території.

Міжнародний товарний ринок являє собою інтеграцію національних товарних ринків, характерними ознаками якого є: велика зона дії, світові ціни.

Таблиця 1 . Поділ товарних ринків на окремі типи

| № п/ п | Класифікаційна ознака | Тип ринку |
|--------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Структура господарства держави | 1. Ринки держав з економікою типу «натуральне господарство». 2. Ринки держав експортерів сировини. 3. Ринки держав, у яких промисловість тільки розвивається. 4. Ринки промислово розвинутих держав. |
| 2. | Рівень статків і характеристика їх розподілу в державі | 1. Ринки країн з низьким рівнем статків. 2. Ринки країн з середнім і високим рівнями статків. 3. Ринки країн з низьким, середнім і високим рівнями статків. 4. Ринки країн з переважно середнім рівнем статків. |
| 3. | Територіальний охоп | 1. Внутрішній. 2. Національний. 3. Регіональний. 4. Світовий. |
| 4. | Товарно-галузева ознака з багаторівневою деталізацією | 1. Машин і устаткування. 2. Мінеральної сировини і палива. 3. С/г сировини, продовольчих і непродовольчих товарів і т. д. |
| 5. | Сфера суспільного виробництва | 1. Ринок товарів матеріального виробництва (сировина і продовольство). 2. Ринок товарів духовного виробництва (досягнення науки, культури, мистецтва). |
| 6. | Характер кінцевого використання товару | 1. Ринки товарів виробничого попиту. 2. Ринки товарів споживчого попиту. |
| 7. | Строк використання товарів | 1. Ринок товарів довгострокового використання. 2. Ринок товарів короткострокового використання. 3. Ринок товарів одноразового використання. |

Сегментація товарного ринку – це розподіл певного товарного ринку на окремі частини (сегменти), що відрізняються між собою своїми параметрами, або ж реакцією стосовно різних видів діяльності на ринку чи окремому сегменті (реклама, методи збуту і т. д.).

Попередня сегментація – спрямована на відбір найбільшої кількості можливих ринкових сегментів з метою їх подальшого вивчення та відбору необхідних.

Кінцева сегментація пов'язана з відбором та дослідженням тих сегментів, які цікавлять дослідника, і по відношенню до яких, надалі, підприємства будуть розробляти комерційну стратегію.

Після проведення кінцевої сегментації можливо провести сегментацію в ширину і глибину.

Сегментація в ширину починається з вивчення вузького за своїми характеристиками сегменту, а потім поступово розширюється за рахунок вивчення інших, споріднених сегментів.

Сегментація в глибину починається з вивчення найбільш загального (широкого) сегмента товарного ринку, який з часом значно звужується, проте дослідження при цьому поглиблюються.

2. Ринкова інфраструктура та її характеристика

Інфраструктура (лат. *infra* - «нижче», «під» і *Structura* - «будова», «розташування») - комплекс взаємопов'язаних обслуговуючих структур чи об'єктів (складових), що забезпечують основу функціонування системи.

Інфраструктура товарного ринку - сукупність суб'єктів (елементів) товарного ринку (підприємства, організації, установи), які здійснюють різні види діяльності у сфері товарного обігу.

До таких видів діяльності відносять:

- торговельну діяльність, метою якої є отримання прибутку від операцій купівлі-продажу товарів;
- надання суб'єктам товарного ринку різних послуг (транспортних, експедиційних, складських, виставкових, рекламних, посередницьких, митних), що сприяють просуванню товарів від виробників до споживачів.

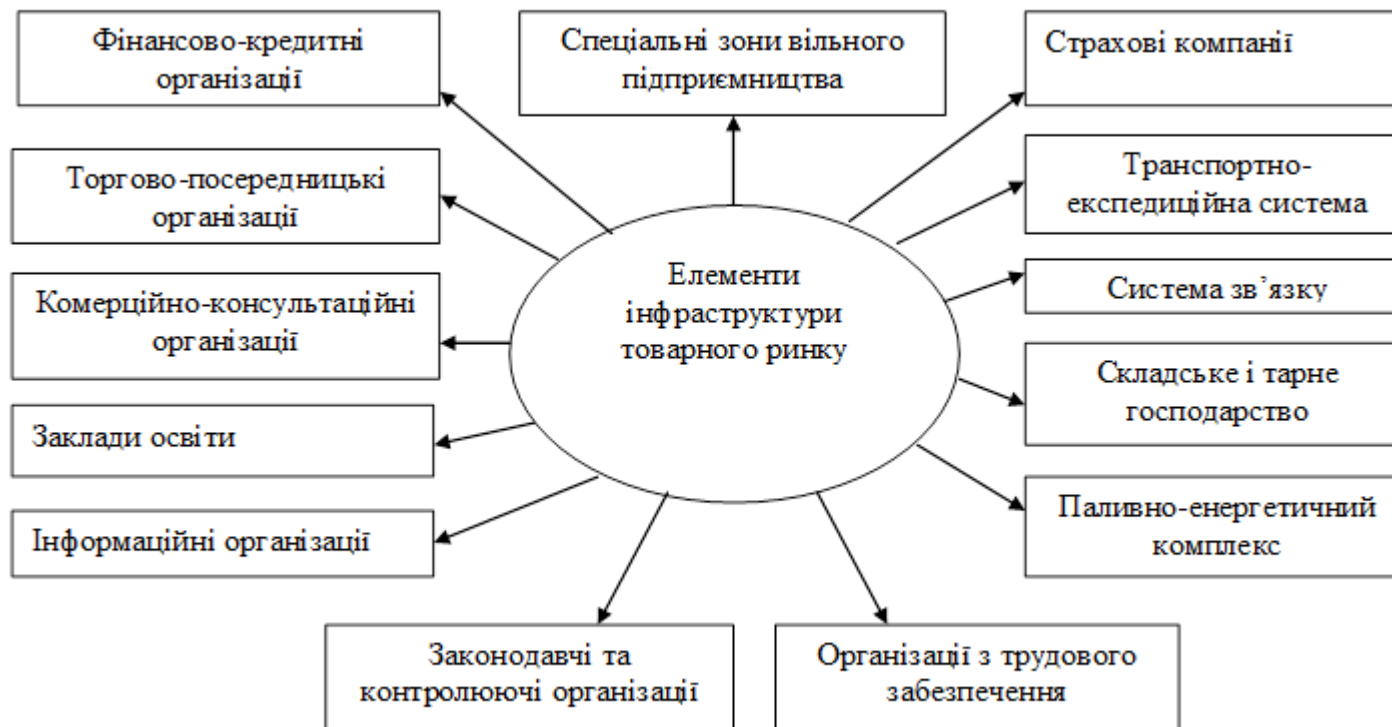


Рис. 1. Елементи інфраструктури товарного ринку

•

Основними **функціями інфраструктури товарного ринку** є:

- сприяння суб'єктам товарного ринку і реалізація їх економічних інтересів;
- організаційне оформлення комерційно-господарських відносин ділових партнерів;
- забезпечення юридичного, фінансового, страхового, контрольного обслуговування;
- вивчення кон'юнктури ринку, товарів, конкурентів, посередників, споживачів;
- сприяння торговельній чи іншій господарській діяльності підприємств;
- посередництво в реалізації товарів, налагодженні комерційно-господарських зв'язків;
- надання відповідних послуг суб'єктам товарного ринку;
- обслуговування транспортом, засобами зв'язку, послугами складського господарства, послугами паливно-енергетичного комплексу.

Виділяють три підсистеми інфраструктури товарного ринку, які мають власне інфраструктурне забезпечення:

- **організаційно-технічну (інформаційно-обслуговуючу).** До організаційно-технічної інфраструктури товарного ринку належать товарні біржі й аукціони, торгові дома й торгові палати, холдингові й брокерські компанії, інформаційні центри та ярмарки, інжирінгові фірми, сервісні центри, пункти прокату й лізингу, державні інспекції, різного роду асоціації підприємців і споживачів, транспортні комунікації засоби оперативного зв'язку. Вони виконують наступні функції: сприяння встановленню ділових контактів між підприємцями; надання інформаційні, консультативних, розрахункових та інших послуг; загальна координація ринкових зв'язків; підтримка інтересів суб'єктів ринкових відносин на регіональному, державному, міжнародному рівнях; регулювання ринкових відносин.

- **фінансово-кредитну.** Фінансово-кредитну інфраструктуру утворюють банки, фондові й валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій, які покликані мобілізувати фінансово-кредитні ресурси.

- **науково-дослідницьку.** Науково-дослідна інфраструктура ринку включає в себе наукові інститути з вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади. До їх функцій відносяться: вивчення динаміки ринкової ситуації; розробка стратегії і тактики поведінки підприємств на ринку; складання прогнозів розвитку ринкової ситуації та моделювання її розвитку; надання консультаційних послуг; підготовка фахівців різних спеціальностей.

3. Система, структура та класифікація господарських зв'язків в умовах ринку

Господарські зв'язки – комплекс взаємовідносин, що виникають у процесі господарської діяльності між різними структурними елементами господарського механізму, з приводу задоволення тих чи інших потреб.

Господарські зв'язки у системі торгівлі - це взаємовідносини торговельних підприємств (одиниць), що виникають у процесі їхнього функціонування з приводу купівлі товарів та послуг у виробників (постачальників, посередників) та їх продажу покупцям.

В умовах ринкової економіки господарські зв'язки засновані на комерційних інтересах.

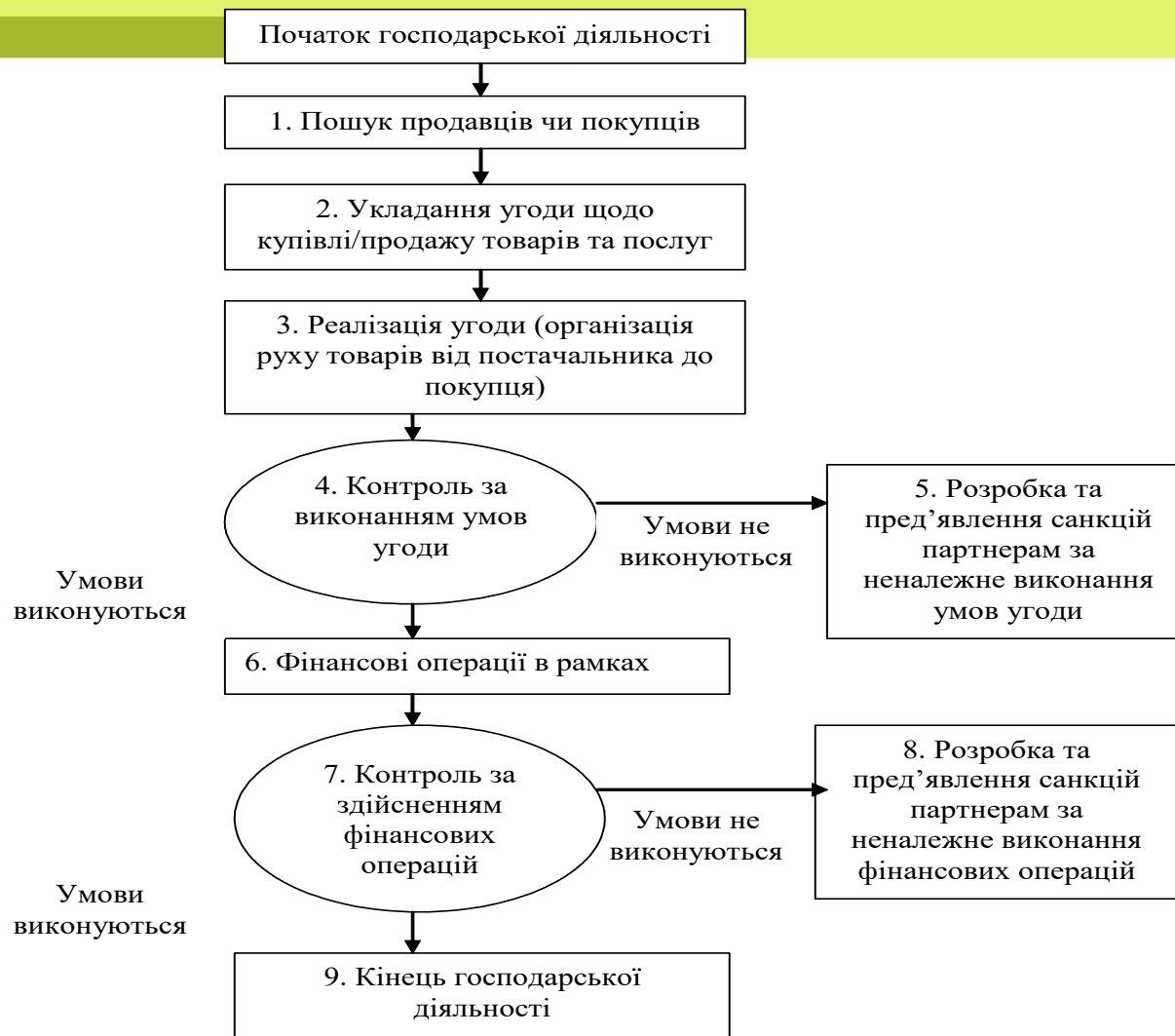


Рис. 3. Комплекс взаємовідносин торговельного підприємства з постачальниками (покупцями) товарів

Система господарських зв'язків – увесь комплекс взаємовідносин торговельного підприємства, що реалізуються ним у процесі свого функціонування.

Система господарських зв'язків торговельного підприємства формується під дією чинників:

- масштаби суспільного виробництва і складність його галузевої структури;
- поглиблення спеціалізації та виробничої кооперації в промисловості;
- асортимент, обсяги і якість виробленої і споживаної продукції;
- нормативно-правові акти, що регулюють окремі види господарських зв'язків;
- рівень конкуренції в окремих галузях народного господарства ступінь розвитку ринкових відносин між господарюючими суб'єктами;
- потужність торговельного підприємства;
- перелік цілей і задач, що стоять перед торговельним підприємством.

Виходячи із цілей та задач, що стоять перед торговельним підприємством, система господарських зв'язків спрямована на створення належних умов для роботи.

Приклади господарських зв'язків торговельних підприємств:

- з будівельними організаціями (обслуговування капітальних та некапітальних будівель та споруд торговельних підприємств);
- з транспортними організаціями (перевезення та доставка товарів);
- з організаціями зв'язку (поштові, телеграфнотелефонні, факсимільні, комп'ютерні, електронні послуги; виконують основні функції доставки товарів населенню при використанні поштових послуг);
- з організаціями сфери побутових послуг (надання покупцям додаткових зручностей та організації гарантійного чи післягарантійного ремонту товарів);
- з охоронними службами (сприяють встановленню на підприємствах торгівлі психологічного комфорту для працівників прилавку і покупців, підвищенню прибутковості торговельного підприємства за рахунок потенційного доходу (недопущення втрати товару), безпеці фінансових операцій);
- з банківськими установами (дозволяють торговельному підприємству отримувати фінансово-кредитне обслуговування, бути поінформованими щодо новітніх банківських технологій);
- з житлово-комунальними установами (забезпечують торговельні підприємства побутовими послугами (тепло, світло, вода, утилізація відходів тощо));
- з рекламними компаніями (надають рекламно-інформаційні послуги, активізують просування товарів);
- з торговельно-посередницькими структурами (надають торговельним підприємствам комплекс послуг щодо купівлі-продажу товарів, їхнього зберігання, транспортування, розмитнення та охорони, вивчення ринкової кон'юнктури, скорочення термінів реалізації чи закупівлі тощо).

4. Порядок регулювання господарських зв'язків

Організаційно-правове регулювання господарських зв'язків у процесі комерційних взаємовідносин – це система заходів правового та нормативного характеру, які спрямовані на регулювання господарської діяльності підприємств за допомогою різноманітних методів державного регулювання.

Методи державного регулювання - це інструменти впливу держави на сферу підприємництва, інфраструктуру ринку, з метою створення умов для їх ефективного функціонування.

Класифікація методів державного регулювання:

За формами впливу методи поділяють на:

- **методи прямого впливу** (діють безпосередньо на господарюючі суб'єкти ринку. До них відносяться інструменти адміністративно-правового характеру, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, та економічні інструменти прямого впливу, що здійснюють безпосереднє регулювання таких взаємовідносин);
- **методи непрямого впливу** (регламентують взаємовідносини підприємств опосередковано, через певне економічне середовище, що змушує їх діяти у потрібному державі напрямку. Держава втілює свої рішення у життя шляхом посиленої мотивації).

За засобами впливу: правові методи (обов'язкові для виконання юридичні норми (правила), якими керуються усі суб'єкти господарювання); **адміністративні методи** (реалізуються через прямий вплив державного органу або посадових осіб на дії виконавців); **економічні методи** (реалізуються через економічні умови, що спонукають підприємства діяти у необхідному для суспільства напрямі, вирішувати актуальні завдання, задовольняти ті чи інші інтереси); **пропагандистські методи** (реалізуються через формування та підтримання у людей певних переконань, духовних цінностей, моральних позицій, сформувані якісні параметри господарських зв'язків, що відповідали б інтересам держави).

На мікрорівні конкретні норми взаємовідносин між двома сторонами визначаються договорами, контрактами та угодами, які базуються на чинному законодавстві.

Господарський договір - це документ, що закріплює права та обов'язки сторін, регулює господарсько-правові відносини між учасниками господарських зв'язків, фіксує факт угоди та зміст зобов'язання сторін і набуває правового статусу після підписання його обома сторонами.

Різновидами господарського договору є контракт та угода.

Контракт - документ, у якому два чи декілька господарюючих суб'єктів, узгоджують основні питання стосовно предмету їхньої взаємодії. Контракт відрізняється від господарського договору тим, що у ньому основний акцент робиться на предметі взаємодії (товарі чи послугі), а всі інші питання оговорюються у якості умов.

Угода - документ, що регламентує господарські відносини двох сторін з детальним описом умов співпраці.

Господарський договір покликаний виконувати наступні функції:

Ініціативна функція. Господарський договір є ініціативою однієї сторони щодо встановлення взаємовідносин з того чи іншого приводу. Координаційна функція. Договір встановлює поведінку сторін у процесі закупівлі/продажу товарів, яка спрямована на максимальне задоволення фінансово-економічних інтересів партнерів по договору.

Інформаційна функція. Господарський договір є важливим інформаційним документом, що інформує сторони господарських взаємовідносин про правове становище сторін, умови та терміни поставки, якість та кількість товару, способи розрахунків, матеріальну відповідальність тощо).

Гарантійна функція. Договір гарантує захист прав і законних інтересів сторін, що може здійснюватися у судовому порядку у разі неналежного виконання умов договору.

Правозахисна функція. Відносини між учасниками договору є правовою підставою для примусового виконання зобов'язань сторін шляхом використання майнових санкцій чи засобів оперативного впливу. Функція правового забезпечення економічних потреб реалізується у разі централізованого забезпечення та фінансування державою потреб.

Функція правового засобу реалізації державних замовлень. Держава через господарський договір (державний контракт) реалізує свої потреби щодо окремих напрямків діяльності: виробництво дефіцитної продукції; заходи щодо розвитку пріоритетних галузей народного господарства; виконання міждержавних економічних угод; експортно-імпортна діяльність; розв'язання соціальних проблем тощо.

Функція правового інструменту децентралізованого планування.

Господарський договір, що є документом, у якому концентрується купівельний попит на певні види товару, гарантує права виробничих підприємств при розробці планів випуску продукції на перспективу.

Договори, що укладаються підприємствами торгівлі класифікуються за наступною схемою:

За предметом договору договори поділяються на:

- товарні договори;
- договори надання послуг.

За змістом договору договори можуть бути наступних видів:

- договори купівлі-продажу товарів. У них фіксуються зобов'язання продавця і покупця відповідно поставити і прийняти товар, оплативши його;
- договори постачання товарів. У таких договорах продавець зобов'язується виготовляти та систематично постачати і передавати у власність (повне господарське відання) покупцю певний товар, а покупець зобов'язується приймати цей товар та своєчасно здійснювати його оплату на умовах договору;
- договори контрактації. За договором контрактації виробник сільськогосподарської продукції зобов'язується виробити визначену договором сільськогосподарську продукцію і передати її у власність заготівельникові (контрактанту) або визначеному ним одержувачеві, а заготівельник зобов'язується прийняти цю продукцію та оплатити її за встановленими цінами відповідно до умов договору;

- договори міни (товарообмінні). Договір є класичною бартерною угодою. Інтерес сторін при укладанні договору міни зводиться до того, щоб без залучення грошових коштів (або залучення їх у мінімальній кількості) отримати те чи інше майно у власність, за умови обміну на своє майно (товар), у якому зацікавлена інша сторона угоди (контрагент);
- договори комісії. Особливість таких договорів полягає у тому, що у них беруть участь три сторони: комісіонер - продає товар за дорученням комітента; комітент-власник товару, який здає його для продажу (на комісію) комісіонеру; покупець - купує товар у комісіонера;
- договори консигнації. За таким договором контрагенти здійснюють консигнаційні операції. Консигнаційною операцією вважається господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності (консигнанта), що передбачає експорт матеріальних цінностей до складу іншого суб'єкта підприємницької діяльності (консигнатора) з дорученням реалізувати зазначені матеріальні цінності на комісійних засадах;
- договори-доручення. Предмет договору доручення, як правило, формулюється наступним чином «Повірений зобов'язується за винагороду від імені і за рахунок Довірчого виконати наступні юридичні дії (перелік юридичних дій), права і обов'язки за якими набуває безпосередньо Довірчий».

За структурою господарських зв'язків розрізняють договори, що регламентують взаємовідносини між:

- постачальником та покупцем (проста структура);
- постачальником, посередниками та покупцем (складна структура).

За строком дії договори регулюють господарські зв'язки, що встановлюються на:

- довгострокові терміни (5 і більше років);
- короткострокові терміни (1-3 роки); один раз чи певний сезон.

За кількістю учасників розрізняють договори, що регулюють стосунки двох контрагентів (прямі договори) та трьох і більше (опосередковані договори).

За організаційною формою укладання розрізняють договори, що укладені на ярмарках, поза ярмарками, на біржах та за допомогою електронних засобів комунікації (комп'ютер, телефон і т. п.).

Залежно від часу, коли договір вважається укладеним:

- консенсуальним називають договір, для укладення якого достатньо однієї домовленості сторін без виконання однією із них якихось попередніх дій (наприклад, передачі прав на об'єкт власності).
- реальним є договір, для укладення якого тільки домовленості недостатньо. Окрім неї необхідним є виконання певних дій.

Залежно від підстави укладання господарського договору:

- вільними відповідно до ст. 184 ГК України є господарські договори, які укладаються на основі вільного волевиявлення сторін;
- обов'язковими вважаються господарські договори, що є обов'язковими для однієї або обох сторін. Такі договори укладаються у формі державних контрактів, виконання яких гарантується державою, оскільки замовниками в них виступають державні органи.

Залежно від предмету господарського договору: договори купівлі-продажу, виконання робіт та надання послуг змінюється предмет договору і умови щодо його виконання.

Залежно від кількості сторін господарського договору:

- односторонній договір передбачає, що із двох сторін тільки одна бере на себе зобов'язання щодо другої, у якій у зв'язку з цим виникають тільки права. Наприклад, за договором позики той, хто надав позику (позикодавець), має право вимагати повернення позики, а той, хто її одержав (позичальник), зобов'язаний повернути позичене. Таким чином, позикодавець має тільки права, а позичальник - тільки обов'язок.
- двосторонні договори наділяють обидві сторони правами і обов'язками. Договір поставки є прикладом двостороннього договору.
- Прикладом багатосторонніх договорів, що укладаються більш як двома сторонами, можуть служити договори про спільну діяльність (просте товариство, установчий договір). До багатосторонніх договорів застосовуються загальні положення про договір, якщо це не суперечить багатосторонньому характеру таких договорів.

За ступенем завершеності господарського договору:

- основний договір регламентує права і обов'язки суб'єктів господарювання, що займаються переміщенням матеріальних благ, передачею майна, виконанням робіт, наданням послуг і тому подібним. Характеризується тим, що містить істотні умови подальшої співпраці.
- попередній договір - закріплює наміри сторін щодо укладення основного договору у майбутньому на умовах, що прописані у попередньому договорі.

За способом визначення умов господарського договору:

- взаємопогоджені договори містять умови, які попередньо були погодженими з усіма сторонами, що є суб'єктами договору.
- договори приєднання характеризують відносини між контрагентами, за яких умови договору розробляються однією із сторін і приймаються іншою стороною шляхом її приєднання до запропонованого договору в цілому.

Загальний порядок укладання господарських договорів згідно з Господарським кодексом України :

1. Господарський договір за загальними правилами викладається у формі єдиного документа, підписаного сторонами та скріпленого печатками. Допускається укладення господарських договорів у спрощений спосіб, тобто шляхом обміну листами, факсограмами, телеграмами, телефонограмами тощо, а також шляхом підтвердження прийняття до виконання замовлень, якщо законом не встановлені спеціальні вимоги до форми та порядку укладення даного виду договорів.
2. Проект договору може бути запропонований будь-якою із сторін. У разі якщо проект договору викладено як єдиний документ, він надається другій стороні у двох примірниках.
3. Сторона, яка одержала проект договору, у разі згоди з його умовами оформляє договір відповідно до вимог законодавства і повертає один примірник договору другій стороні або надсилає відповідь у листі, факсограму тощо у двадцятиденний строк після одержання договору.
4. За наявності заперечень щодо окремих умов договору сторона, яка одержала проект договору, складає протокол розбіжностей, про що робиться застереження у договорі, та у двадцятиденний строк надсилає другій стороні два примірники протоколу розбіжностей разом з підписаним договором.

5. Сторона, яка одержала протокол розбіжностей до договору, зобов'язана протягом двадцяти днів розглянути його, в цей же строк вжити заходів для врегулювання розбіжностей з другою стороною та включити до договору всі прийняті пропозиції, а ті розбіжності, що залишились неврегульованими, передати в цей же строк до суду, якщо на це є згода другої сторони.

6. У разі досягнення сторонами згоди щодо всіх або окремих умов, зазначених у протоколі розбіжностей, така згода повинна бути підтверджена у письмовій формі (протоколом узгодження розбіжностей, листами, телеграмами, телетайпограмами тощо).

7. У разі якщо сторони не досягли згоди з усіх істотних умов господарського договору, такий договір вважається неукладеним (таким, що не відбувся).

4.1. Договір купівлі-продажу

Договір купівлі-продажу - це договір, за якого продавець (одна сторона) зобов'язується передати майно у власність покупцеві (друга сторона), а покупець зобов'язується прийняти майно і сплатити за нього певну грошову суму.

Різновиди договору купівлі-продажу:

- договори купівлі-продажу в оптовій і роздрібній торгівлі;
- договори, які укладаються на біржах і аукціонах;
- договори купівлі-продажу, які укладаються у внутрішньому і в зовнішньоекономічному обігу;
- договори купівлі-продажу земельних ділянок, валютних цінностей, жилих будинків, квартир, автомашин;
- договори купівлі-продажу на умовах комісії, консигнації та поставки;
- договори купівлі-продажу об'єктів приватизації;
- форвардні і ф'ючерсні угоди купівлі-продажу.

Договір роздрібної купівлі-продажу

Договір роздрібної купівлі-продажу - публічний договір, за яким продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його (Цивільний Кодекс).

Сторонами договору є **продавець і покупець**. Продавець - людина або організація, яка за відповідну винагороду передає покупцю (продає) товар чи послугу. У вузькому значенні — особа, що безпосередньо контактує з покупцями і здійснює продаж товару. Покупець - фізична або юридична особа, яка здійснює оплату грошима і є набувачем товару або послуги.

У випадку, коли після придбання товару виявляються його істотні недоліки, споживач згідно п.1 ст.19 Закону України «Про захист прав споживачів» може пред'явити свої вимоги до продавця (імпортеру, уповноваженій організації чи виробникові) щодо істотних недоліків товару, якщо вони виявлені протягом певного строку, а саме 14 діб з дня продажу товару.

Особливості договору роздрібної купівлі-продажу

Основними особливостями цього договору які виокремлюють його серед інших видів договорів купівлі-продажу, є такі:

1) договір роздрібної купівлі-продажу завжди є публічним, тобто продавець взяв на себе обов'язок здійснювати продаж товарів кожному, хто до нього звернеться, на однакових для всіх покупців умовах, за винятками, встановленими законом (ст. 633 ЦК України). Спеціально для цього договору законодавець деталізував положення про публічну оферту.

2) продавцем за договором роздрібної купівлі-продажу може виступати лише фізична або юридична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність з продажу товарів.

3) товар як предмет договору роздрібної купівлі-продажу обов'язково має призначатися для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю.

4) зобов'язання за цим договором, зазвичай, повністю виконуються сторонами у момент його вчинення. Тому, як правило, договір роздрібної купівлі-продажу укладається в усній формі, а покупцеві видається документ, що підтверджує отримання від нього грошей (касовий чек, товарний чек, розрахункова квитанція тощо).

Договір поставки

Договір поставки є одним з різновидів договору купівлі-продажу і аналогічний йому за формою, якщо інше не встановлено договором, законом або не впливає з характеру відносин сторін. Укладання цього договору вбачається надзвичайно зручним як для юридичних осіб, так і для фізичних осіб-підприємців та часто використовуються в підприємницькій діяльності.

За договором поставки, відповідно до статті 712 [Цивільного кодексу України](#), **продавець (постачальник), який здійснює підприємницьку діяльність, зобов'язується передати** у встановлений строк (строки) **товар** у власність покупця для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а **покупець зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму.**

Такі відносини неодмінно повинні відрізнятися стабільністю й мати довгостроковий характер, саме тому в їх правовому регулюванні переважне значення мають не разові правочини щодо передачі партії товарів, а довгострокові договірні зв'язки.

Договір поставки

Узгодження ціни відбувається до укладання договору і за необхідності може бути оформлене у письмовому вигляді. Види цін: договірна, змінна.

Строки укладання:

- **на один рік;**
- **на строк більше одного року (довгостроковий договір);**
- **інший строк, визначений угодою сторін.**

Кількість товару, що постачається, у договорі поставки визначається за згодою сторін.

Якість товарів, що поставляються, **повинна відповідати стандартам, технічним умовам, іншій технічній документації**, яка встановлює вимоги до їх якості, або зразкам (еталонам), якщо сторони не визначать у договорі більш високі вимоги до якості товарів.

Слід зазначити, що **постачальник** повинен **засвідчити якість товарів**, що поставляються, **належним товаросупровідним документом**, який надсилається разом з товаром, якщо інше не передбачено в договорі.

Договір поставки

Покупець має право:

1. Відмовитися від прийняття і оплати товарів, у випадку поставки товару більш низької якості, ніж вимагається стандартом, технічними умовами чи зразком (еталоном), а якщо товари уже оплачені покупцем, - вимагати повернення сплаченої суми;

2. Вимагати від постачальника усунення недоліків у місцезнаходженні товарів або усунути їх своїми засобами за рахунок постачальника, у разі якщо недоліки поставлених товарів можуть бути усунені без повернення їх постачальнику;

3. Прийняти товари з оплатою за ціною, встановленою для товарів відповідного сорту, або відмовитися від прийняття і оплати поставлених товарів, якщо поставлені товари відповідають стандартам або технічним умовам, але виявляються більш низького сорту, ніж було зумовлено, покупець має право.

Якщо покупець (одержувач) відмовився від прийняття товарів, які не відповідають за якістю стандартам, технічним умовам, зразкам (еталонам) або умовам договору, постачальник (виробник) зобов'язаний розпорядитися товарами у десятиденний строк, а щодо товарів, які швидко псуються, - протягом 24 годин з моменту одержання повідомлення покупця (одержувача) про відмову від товарів.

Якщо постачальник (виробник) у зазначений строк не розпорядиться товарами, покупець (одержувач) має право реалізувати їх на місці або повернути виробникові. Товари, що швидко псуються, підлягають в усіх випадках реалізації на місці.

Договір-поставки

Якщо при прийманні виявляється недостача, одержувач повинен призупинити приймання, вжити заходів щодо зберігання продукції та скласти акт, який підписується особами, що здійснювали приймання. Після цього викликати представника постачальника для спільного продовження приймання та складання двостороннього акта. Складений двосторонній акт затверджується керівником підприємства-одержувача.

Претензія у зв'язку з недостачею продукції повинна бути направлена постачальнику не пізніше 10 днів після складення акта.

4.2. Державний контракт на постачання товарів для державних потреб

Державний контракт - це договір, укладений державним замовником від імені держави з виконавцем державного замовлення, в якому визначаються економічні і правові зобов'язання сторін і регулюються взаємовідносини замовника і виконавця.

Державні видатки в цьому разі можуть виступати в якості: замовлення у сферах освіти і медицини, капіталовкладень у розвиток та удосконалення комунальної інфраструктури, витрат на наукові розробки, стратегічного інвестування у сферу культури і мистецтв.

Державний контракт є різновидом договору поставки. Однак державний контракт має свої відмітні риси, що впливають із цілі, для якої він укладається - задоволення державних потреб України. Специфікою державного контракту є те, що, по-перше, держава гарантує оплату продукції (робіт, послуг) за цими контрактами, по-друге, держава може надавати економічні пільги виконавцям таких договорів, по-третє, такий договір укладається на основі державного замовлення, і його зміст обов'язково повинен відповідати змісту такого замовлення.

4.3. Державні закупівлі

Державні закупівлі — це всі закупівельні процедури державних замовників.

Державні закупівлі – це придбання продуктів і послуг, необхідних державним організаціям для виконання своїх функціональних завдань. З 2016 року всі закупівлі офіційних держустанов мають здійснюватися через систему ProZorro і називаються [публічними закупівлями](#).

Схема здійснення державних закупівель передбачає декілька етапів
Етап 1. Подання замовником оголошення на електронний майданчик (подаються такі документи: зразок договору; специфікація товару, роботи чи послуги; вимоги до кваліфікації учасника).

Етап 2. Проведення електронних аукціонів (містить такі складові: проведення роз'яснень, подання пропозицій та аукціон).

Етап 3. Визначення переможця (основним критерієм при відповідності переможця кваліфікаційним вимогам є ціна пропозиції – вона має бути найменша).

Етап 4. Укладення договору, здійснення поставки товару та оплати.

3.4. Договір контрактації

Державна закупка сільськогосподарської продукції здійснюється за договорами контрактації, які укладаються на основі державних замовлень на поставку державі сільськогосподарської продукції.

За договором контрактації виробник сільськогосподарської продукції (далі - виробник) зобов'язується передати заготівельному (закупівельному) або переробному підприємству чи організації (далі - контрактанту) вироблену ним продукцію у строки, кількості, асортименті, що передбачені договором, а контрактант зобов'язується сприяти виробникові у виробництві зазначеної продукції, прийняти і оплатити її.

До договору контрактації застосовуються загальні положення про купівлю-продаж та положення про договір поставки, якщо інше не встановлено договором або законом.

4. Ділові листи в комерційній роботі

За своїм функціональним призначенням виділяють три види комерційного листування:

- запит - відповідь на запит;
- пропозиція (оферта) - відповідь на пропозицію;
- рекламація (претензія) - відповідь на рекламацію.

Запит

Запит - комерційний документ, що являє собою звернення покупця до продавця, імпортера до експортера з проханням дати докладну інформацію про товари і направити пропозиції на постачання товару.

У запиті вказується найменування товару і умови, з яких партнеру бажано отримати товар, наприклад, кількість і якість товару, його модель, марка, ціна, терміни постачання, умови платежу. Запит такого типу входить до групи контрактних документів і використовується при підготовці до укладення угоди.

Оферта

У випадку, якщо продавець може одразу задовольнити прохання покупця і поставити необхідний товар, він направляє йому пропозицію (оферту), тобто заяву про бажання укласти угоду із зазначенням її конкретних умов.

Оферта - формальна пропозиція укласти комерційну угоду, яка містить всі головні умови угоди: асортимент, кількість, ціни, терміни, відповідальність сторін і т.п.

Пропозиція може бути направлена покупцеві як відповідь на його запит, або з ініціативи продавця.

При цьому, як правило, вказується назва товару, що пропонується, кількість, якість, ціна, термін постачання, умови платежу, вид упаковки та інші умови в залежності від характеру товару.

Рекламація

Рекламація - комерційний документ, що являє собою пред'явлення претензії до сторони, що порушила прийняті на себе за контрактом (договором) зобов'язання і вимогу відшкодування збитків. Рекламації (претензії) можуть бути пред'явлені щодо якості, кількості товару, термінів постачання, упаковки, маркірування, платежів та інших умов договору (контракту).

Рекламація повинна містити наступні дані:

- основа для пред'явлення претензій;
- докази - посилання на нормативні акти і документи (ТУ, акт експертизи, акт приймання, комерційний акт);
- конкретні вимоги сторони, що пред'являє претензію, наприклад, про заміну неякісного товару якісним або про уцінку товару; про розірвання контракту і відшкодування збитків у зв'язку з невиконанням контракту.

Рекламація пред'являється в письмовому вигляді (рекомендованим листом) з прикладенням усіх документів, що підтверджують рекламацію і мають повну доказову силу для обох сторін і в певний термін. Якщо рекламація не може бути врегульована угодою сторін, то справа передається в арбітраж, рішення якого є остаточними і обов'язковими для обох сторін.