

Лекція 6.

Ціноутворення на ринках сировинних товарів

Зміст

1. Міжнародні товарні угоди	1
2. Біржова торгівля	3
3. Аукціонна торгівля	9

1. Міжнародні товарні угоди

В узагальнююче поняття «сировинні товари» входять мінеральна сировина, продукти його збагачення і переробки (чорний метал, кольорові метали і т. д.), сільськогосподарська сировина рослинного і тваринного походження і продукти її переробки, хімічні і продовольчі товари. Слід зазначити, що в багатьох випадках дуже складно провести чітку грань між сировинними товарами і готовою продукцією.

У практиці міжнародної торгівлі сировинними товарами застосовується більшість уже розглянутих форм і методів роботи на ринку. В обміні деякими видами товарів рослинного і тваринного походження, а також продуктами переробки мінеральної сировини застосовуються особливі форми торгівлі і методи її регулювання.

Міжнародна торгівля багатьма видами сировинних товарів здійснюється в умовах, трохи відмінних від тих, котрі впливають на розвиток обміну готовою продукцією. Це, насамперед, тривале перевищення пропозиції над попитом на світовому ринку, унаслідок якого є підстави говорити про тривалу сировинну кризу для країн, що розвиваються, з вузькою товарною структурою експорту. Разом з тим близько 80% світової торгівлі сировиною приходить на промислово розвинуті країни.

Положення експортерів природної сировини по багатьом видам товарів має тенденцію до погіршення в міру розробки нових синтетичних матеріалів, що успішно конкурують із продукцією рослинного і тваринного походження, упровадження материалосберегаючих технологій, росту використання вторинної сировини.

Міжнародна торгівля багатьма сировинними товарами в більшому ступені, чим торгівля готовою продукцією, монополізована найбільшими компаніями промислово розвинутих капіталістичних країн, і насамперед ТНК, що мають можливість диктувати ціни на ринках і забезпечувати нееквівалентний обмін на свою користь. Промислово розвинуті капіталістичні країни мають можливість

регулювати попит та пропозицію на світовому ринку по багатьох видах сировинних товарів шляхом створення і розпродажу стратегічних запасів.

Попит та пропозиція на мінеральну і сільськогосподарську сировину в набагато більшому ступені, у порівнянні з готовою продукцією, залежать від погодних умов і стану політичного клімату, особливо в головних сировинних регіонах. Для торгівлі сировинними товарами характерне прагнення партнерів установити довгострокові стосунки, що, з одного боку, забезпечують стабільний збут, з іншого боку — гарантоване постачання виробництва вихідною продукцією. У рамках довгострокових угод торгівля звичайно ведеться за поточними цінами ринку, але сторони прагнуть до стабілізації цін, уводячи межі їхніх відхилень протягом погоджених періодів. Ускладнення проблеми збуту сировинних товарів спонукало уряди багатьох країн, що розвиваються, прийняти законодавчі акти, що зобов'язують імпортерів передбачати розрахунки зустрінними постачаннями товарів традиційного експорту.

Особливе місце займає внутрикorporаційна торгівля між материнськими і дочірніми фірмами видобувних ТНК, що ведеться по знижених трансферних цінах з метою безподаткового переказу прибутку, отриманого при розробках закордонних джерел сировини з використанням місцевої дешевої робочої сили.

Внутрикorporаційна торгівля до кінця 80-х років складає близько 30% світового товарообігу сировинними товарами. Міжнародні товарні угоди застосовуються для регулювання торгівлі сировиною з метою стабілізації ринку, зниження спекуляції й обмеження сфери діяльності ТНК. Їх можна розділити на три види.

Стабілізаційні МТС укладаються для стабілізації цін на сировину шляхом приведення в рівновагу попиту та пропозиції. Це досягається за допомогою встановлення для учасників квот на виробництво й експорт сировини, а також створенням стабілізуючих запасів. Стабілізаційні МТС звичайно полягають на такі товари, як каучук, какао, олово, кава і ряд інших. Адміністративні МТС укладаються для статистичного аналізу і вироблення загальних рекомендацій з торгівлі деякими видами товарів, наприклад по пшениці і по цукрі.

МТС по мірах розвитку спрямовані на розвиток експортних потенціалів виробників сировини. Такі угоди укладаються по джуту, деревині коштовних порід, рослинним оліям і т. д. У світовому співтоваристві немає єдиного відношення до МТС. Україна, країни, що розвиваються і країни Західної Європи підтримують політику ЮНКТАД, спрямовану на розширення практики міжнародних товарних угод, а США під гаслом лібералізації торгівлі на ділі підтримують волю диктату монополій на ринках сировинних товарів.

Укладання МТС не перешкоджає монополізації ринку продовольчих товарів ТНК, на які приходить переважна частка торгівлі такими масовими товарами, як зернові і зернобобові (90%), какао-боби (95%), рис (70%), кава

(50%).

Роздробленість виробників і споживачів продовольчих товарів сприяла розвитку «електронного» методу укладання угод, при якому обмін телексами, факсами, електронними посланнями означає письмове підписання договору. При закупівлях і реалізації великих партій продовольчих товарів використовується такий метод, як торги.

Особливе положення у світовій торгівлі сировинними товарами займає Організація країн — експортерів нафти (ОПЕК), що має на меті стабілізацію світових цін на нафту шляхом введення експортних квот для її учасників. Розходження економічних інтересів між її членами і політика промислово розвинутих капіталістичних країн не завжди дозволяють ОПЕК проводити послідовну і скоординовану політику в стабілізації світового ринку нафти.

У 1980 році в рамках ЮНКТАД була розроблена міжурядова угода про створення Загального фонду сировинних товарів, призначеного для стабілізації світових ринків сировини. Фонд надає позики для створення «буферних запасів» товарів з метою підтримки цін, а також позики і позички для розширення виробництва сировинних продуктів. Засоби Фонду утворюються від придбання його учасниками акцій і з їхніх добровільних внесків. Крім того, Фонд може використовувати засоби асоційованих з ним країн — учасниць міжнародних товарних угод. Робота Фонду заснована на принципах рівності і суверенітету учасників і покликана сприяти встановленню нового економічного порядку.

До роботи Фонду приєдналася більшість капіталістичних держав і держав, що розвиваються. У числі країн, що не приєдналися — США, що розглядають діяльність Фонду як обмеження інтересів їхніх сировинних монополій. Україна в складі Радянського Союзу приєдналася до роботи Фонду в 1987 році.

2. Біржова торгівля

Розвиток товарного виробництва залучило в міжнародний обмін величезні маси товарів, що привело до стихійного утворення постійних ринків по окремих видах сировини. Удосконалення процесу торгівлі перетворило ці ринки в міжнародні біржі, що вперше з'явилися в Європі в XVII столітті. Сторіччям пізніше товарні біржі утворилися в Північній Америці, що стала найбільшим світовим виробником сировинних товарів.

По мірі монополізації виробництва і ринків біржі, що одержали найвищий розквіт в епоху вільної конкуренції, втрачають своє значення. Якщо в період розквіту бірж на них оберталось більш 200 видів товарів, то в даний час — близько 60. Монополії прагнуть впливати на роботу бірж із метою встановлення контролю над цінами.

Торгівля головними сільськогосподарськими товарами (зерновими, кавою,

цукром, какао) почала здійснюватися минаючи біржі і регулюватися державними організаціями відповідно до міжнародних товарних угод. Змінилися і функції бірж: зі світових товарних ринків вони перетворилися в центри спекулятивних операцій, частка яких по багатьох товарах перевищує 90% вартісного обсягу біржових угод. І все-таки біржі ще впливають на світову торгівлю. На них здійснюється близько 20% торгових операцій із сировиною, ціни в позабіржовій торгівлі встановлюються з орієнтуванням на біржові, операції на біржах активно використовуються для страхування торгових угод і сировинних запасів від зміни ринкових цін. Біржі — постійно діючі ринки, на яких здійснюється торгівля великими масами однорідних товарів. Біржі бувають двох видів:

- публічні біржі, угоди на який можуть здійснювати члени біржі і підприємці, що не є їх членами. Діяльність таких бірж регулюється спеціальними законодавствами;
- приватні біржі, які організуються у формі акціонерних компаній. Біржі не виплачують своїм членам дивіденди. Зате члени біржі — брокери — одержують монопольне право на укладання угод за свій рахунок чи за рахунок клієнтів з одержанням винагород.

Власне кажучи, біржі є комерційними посередниками, які самі не беруть участь в угодах, але сприяють їх укладанню. Біржа як комерційне підприємство забезпечує брокерів приміщенням, зв'язком, здійснює облік операцій, визначає біржові ціни (котирування), сприяє розрахункам, розробляє типові контракти, веде арбітражний розгляд суперечок. Для цього в структурі бірж створюються спеціалізовані комітети, якими керують директори, що входять у раду — вищий орган керування біржі. Раду звичайно очолює президент.

Формування біржової ціни на товар базується на співвідношенні пропозиції і попиту як на світовому, так і на біржовому ринку. Пропозиція. Пропозиція складається із суми запасів “спот” і ресурсів “форвард”. Пропозиція є функцією від ціни, чим вище ціни, тим вище пропозиція. Особливостями взаємозалежності пропозиції і ціни є:

-
- ціна пропозиції не може бути нижче рівня витрат на виробництво даного товару;
- пряма залежність росту обсягів пропозиції товару від збільшення рівня його біржової ціни проявляється лише до певного рівня. Подальше збільшення цін приводить до падіння обсягів пропозиції так як попит падає;

- ціна пропозиції даного товару залежить від змін рівня біржових цін на інші товари-супроводники (сировинні ресурси – готовий продукт);
- ціна залежить від фізико-хімічних якостей товару. На товари, які швидко псуються ціни також швидко змінюються. З іншого боку продавець не може зменшити пропозицію навіть при різкому зниженні ціни;
- ціна пропозиції залежить від кількості продавців на біржі і від монополізації ринку. При монополії та олігополії зростання рівня біржових цін не завжди супроводжується збільшенням товарної пропозиції.
- ціна пропозиції залежить від рівня інфляції.

Попит. Функція попиту від ціни наступний – більш низький рівень цін супроводжує більш високий рівень попиту. Нижче приведені ситуації, коли цункція не працює і навіть навпаки зростання ціни супроводжується зростанням попиту і навпаки – зниження ціни супроводжує зниження попиту:

- при продажі товарів, які не можливо замінити (сіль). Скільки потрібно для споживання, стільки і будуть купувати по будь-якій ціні;
- про продажах товарів з низькими споживчими якостями (якщо є аналогічні товари з більш високою ціною, а покупець обмежений грошовими ресурсами);
- при продажі товарів, попит на які вже насичений зниження ціни супроводжується зниженням обсягів попиту;
- при продажі товарів в умовах інфляції (купівля про запас).

Табл. 1. Види біржових цін

max						min
А	Б	В	Г	Д	Е	Ж

АЕ – ціна пропозиції;

ЖБ – ціна попиту;

Г – рівноважна біржова ціна;

БЕ – біржова ціна, що котирується;

ВД - ціни, що оплачуються;

АБ - ціни пропозиції, що не котируються;

ЕЖ - ціни попиту, що не котируються.

Ціни, що котируються – потенційно можливо укладення угод на даних торгах.

Ціни, що не котируються – у контрагентів не виникає інтересу для укладання угод.

Ціни, що оплачуються – ціни по яких були укладені біржові угоди
Структура біржової ціни:

1. Собівартість
 2. Доставка
 3. Знижки
 4. Прибуток
 5. Акцизний збір
 6. ПДВ з виробника
 7. Комісійні брокеру
 8. Відрахування біржі
 9. Держ. податок
1. Доставка – на умовах франко.
 2. Знижки: за обсяг (5-10%), готівка “сконто” (2-3%), сезонні (20–30%), спцзнижки (постійним покупцям – 5–10%), експортні (згідно з тарифом країни).
 3. Акциз – на окремі товари.
 4. Відрахування біржі – від 0,15 до 2%
 5. Держподаток – 0,5, 0,25, 0,1.

Біржові операції. Угоди на біржі здійснюються на стандартні партії товару, що мають визначену якість для кожного сорту. Це дає можливість робити на біржі операції не тільки без огляду товару, але і взагалі на неіснуючий товар.

Клієнти – продавці і покупці реального товару, власники товару, що вирішили застрахуватися від падіння цін, ділки, що прагнуть нажитися на спекулятивних операціях, — звертаються з відповідними дорученнями до брокерів. Брокери підписують із клієнтами угоди, у яких указується кількість товару, терміни постачання, ліміти цін і розмір винагороди. При необхідності клієнти представляють банківські гарантії в розмірі близько 10 % від планованої суми угоди.

Угоди укладаються брокерами, допущеними в обгороджену центральну частину біржового залу (кільце), в усній формі, але мають силу твердого контракту, що оформляється в писемній формі наступного дня після завершення біржового торгу (сесії). Інформація про укладені угоди відбиваються на світловому табло і вводяться в ЕОМ, що веде їхню обробку і видає необхідні дані, зокрема ціни (котирування) продавців і покупців на ранковій і вечірній

сесіях, середні ціни і т.д. Підписані контракти передаються клієнтам проти сплати брокерських винагород.

На товарних біржах відбуваються два види угод: на реальний товар (спот) і термінові (ф'ючерсні) угоди.

Угоди «спот» укладаються, коли продавець чи покупець мають намір продати чи придбати реально існуючий товар. Продавець реального товару зобов'язаний доставити його на склад біржі у встановлені біржовими правилами терміни, звичайно протягом біля двох тижнів. За зданий товар продавець одержує свідчення (варрант), що передається покупцю проти платежу.

Угоди на реальний товар можуть укладатися з постачанням через більш тривалі терміни, наприклад три місяці. Такі угоди називаються «форвард». Оскільки за тривалий термін котирування на товар можуть змінитися, ціни угод «форвард» устанавлюються з виправленнями до цін угод «спот», що враховують їхню можливу динаміку. Біржові комітети зі статистики й інформації поряд з цінами угод «спот» публікують і ціни угод «форвард».

Термінові угоди відбуваються з метою спекуляції чи страхування (хеджування). Спекулятивні і страхові операції завжди складаються з двох угод: ф'ючерсних — на продаж чи придбання неіснуючого товару і зворотних їм — оффсетних.

Наприклад, біржовий гравець вирішив заробити на зниженні цін. Він дає вказівку брокеру продати ф'ючерс із постачанням через три місяці. Припустимо, товар проданий за 10 тис. дол., а через три місяці його ціна упала до 9 тис. дол. Біржовий гравець дає вказівку брокеру зробити оффсетну операцію — купити таку ж партію товару, але за 9 тис. дол. Проведення оффсетної операції називається ліквідацією ф'ючерсного контракту.

Оскільки учасники ф'ючерсних операцій не мають на увазі постачання чи одержання реального товару, вони ведуть усі справи з розрахунковою палатою біржі. У приведеному прикладі біржовий гравець представить у розрахункову палату ф'ючерс на продаж партії товару за 10 тис. дол., оффсетний контракт на придбання такої ж партії товару за 9 тис. дол. і покладе собі в кишеню різницю в 1 тис. долл.

Якщо біржовик вирішує заробити на підвищенні цін, то він дасть брокеру доручення спочатку купити ф'ючерс, а потім ліквідувати його оффсетною операцією, продавши ту ж партію товару, але вже по більш високій ціні. А якщо біржовик неправильно спрогнозував зміну цін і замість підвищення вони упали? У цьому випадку біржовик усе рівно не може не зробити оффсетну операцію, оскільки в протилежному випадку він чи повинний поставити, чи одержати реальний товар, тобто все рівно його купити чи продати.

Припустимо, біржовик купив партію товару за 10 тис. дол. у надії на підвищення цін, а вони упали до 9 тис. дол. Оскільки реальний товар йому не потрібний, він змушений ліквідувати ф'ючерс, продавши ту ж партію за 9 тис.

долл., тобто втративши 1 тис. дол. У принципі ф'ючерси можуть ліквідуватися біржовиками шляхом здійснення офсетних операцій у будь-який час з одержанням чи виплатою різниці від зміни цін.

Біржовики, як правило, спеціалізуються на грі на підвищення чи на зниження цін. Перших з них називають «бики», других — «ведмеді».

Операції страхування (хеджирування) здійснюються з метою запобігання втрат від зміни цін. Сировинний товар, що знаходиться на складі, страхується від знецінення внаслідок можливості падіння цін. Для цього власник товару дає брокеру вказівку продати ф'ючерс на партію товару, яка дорівнює кількості товару що зберігається на складі. До моменту продажу реального товару зі складу його власник дає брокеру вказівку ліквідувати ф'ючерс, тобто купити ту ж партію товару. Якщо ціна товару, як і побоювався його власник, упаде, то він при ліквідації ф'ючерса одержить у розрахунковій палаті біржі суму, що покриває знецінення товару; якщо ціна на товар виросте, те отриману різницю від реалізації товару він внесе в касу розрахункової палати, тому що програє на ліквідації ф'ючерсної угоди.

Таким чином, хеджирування страхує власника, товару від втрат через його знецінення, але і вилучає можливий прибуток від підвищення цін. При хеджируванні власник нічого не здобуває, але і не втрачає, крім виплачуваних брокерам винагород, що складають відносно невелику величину від вартості партії товару.

Хеджирування застосовується також для страхування угод на закупівлю реального товару з постачанням через кілька тижнів чи місяців і з розрахунками по котируваннях, що діють на момент постачання. Ці угоди називаються онкольними. Вони застосовуються у випадках, коли сировина потрібно виробникам через кілька місяців, а купувати її, на їхню думку, потрібно в період найкращої кон'юнктури. Однак виробники не зацікавлені заздальгідь оплачувати товар, оскільки це спричинить омертвляння капіталу, чи сплату банку відсотків за кредит, а також викликає витрати на збереження товару на складі. Щоб уникнути втрат від підвищення цін на сировину на момент розрахунку при онкольних операціях, вони хеджируються шляхом покупки ф'ючерсів і їхньою ліквідацією при одержанні реального товару. У випадку росту котирувань вигода від здійснення ф'ючерсної операції йде на покриття збитків від підвищення цін на реальний товар по онкольній операції.

Таким чином, хеджирування дозволяє здобувати сировину по онкольних контрактах, але по котируваннях на день укладання онкольних контрактів.

Доцільність хеджирования виникає і при продажі реального товару по поточних котируваннях, але з постачанням у майбутньому, коли продавець не має у своєму розпорядженні товар і не зацікавлений у його достроковому придбанні. Такі ситуації часто виникають у оптових посередників, що прагнуть забезпечити збут товарів споживачам шляхом завчасного підписання з ними

контрактів по поточних біржових котируваннях, а сам реальний товар планують закуповувати безпосередньо перед постачаннями за цінами, що будуть складатися на біржі в період постачань. Щоб уникнути втрат від можливого підвищення цін при закупівлі реального товару для виконання зобов'язань з постачання, посередники одночасно з підписанням контрактів зі споживачами дають брокерам указівку купити відповідні ф'ючерси і ліквідувати їх на момент закупівлі реального товару. Тоді втрати від підвищення цін на реальний товар будуть компенсовані отриманою різницею по ф'ючерсних контрактах. Якщо на момент постачання товару споживачам ціни на реальний товар впадуть, то отриману вигоду посередник внесе в касу біржі при ліквідації ф'ючерсного контракту.

Отже, принцип хеджування заснований на тім, що ціни контрактів на реальний товар відповідають біржовим котируванням, по яких укладаються і ліквідуються ф'ючерсні контракти. На практиці ціни на реальний товар трохи відхиляються від цін ф'ючерсних контрактів, але ці відхилення не настільки значні, щоб не виправдати вигод від хеджування.

3. Аукціонна торгівля

На відміну від бірж на аукціонах продаються реальні товари зі строго індивідуальними властивостями. Аукціони — це торги, що спеціалізуються на збуті визначених товарів. Вони проводяться один чи кілька разів у рік, найчастіше в традиційний для кожного аукціону час.

Аукціони — це комерційні організації, що мають відповідні приміщення, устаткування і кваліфікований персонал. Найбільш поширені аукціони, організовані у формі акціонерних товариств. Нерідко це великі компанії, що монополізують торгівлю визначеним видом товару. Вони звичайно скуповують за свій рахунок товари у виробників, диктуючи закупівельні ціни, і перепродують їх оптовим посередникам, рідше споживачам, одержуючи прибуток від різниці цін. Такі аукціони здійснюють також перепродаж товарів незалежних від них виробників на комісійній основі.

Великі аукціони мають власне виробництво по доробці сировинних товарів, наприклад по виробленню сирих шкур, що скуповуються в заготівників. Торг на таких аукціонах відбувається відкрито, безпосередньо за участю самих покупців. Відкриті аукціони спеціалізуються головним чином на торгівлі хутром, тваринами, предметами мистецтва і деякими іншими товарами.

Іншою формою організації аукціонів є спеціалізовані брокерські фірми, що займаються перепродажем товарів на умовах комісії, одержуючи винагороду і від продавців і від покупців. Самі продавці і покупці в таких аукціонах не беруть участь, а їхні доручення в межах визначених повноважень виконують брокери. Іноді такі аукціони називають закритими. Вони спеціалізуються

переважно на торгівлі вовною, чаєм, тютюном, рідше — хутром. У Скандинавських країнах аукціони належать асоціаціям чи кооперативам по заготівлі хутра. Аукціони практично монополізували торгівлю визначеними товарами в цих країнах. У Росії торгівлею хутром займається Сан-Петербурзький хутровий аукціон, торгівлею племінними конями — аукціони в Москві, у Ростову-на-Дону, П'ятигорську. Покупцями товарів є найбільші оптові фірми.

Техніка аукціонної торгівлі. Аукціони завчасно оповіщають постачальників про терміни проведення торгу. Прийняті від постачальників товари сортуються в залежності від якості по партіях (лотам), і від кожної партії відбирається зразок. Кількість товару в лотах залежить від виду товару і є традиційним. Наприклад, у кожному лоті соболя 10—30 шкурок, норки — до 300 шкурок, каракулю — 500 шкурок і більше. Кожному лоту привласнюється номер, у порядку якого він буде продаватися з аукціону. Лоти з подібною якістю товару поєднуються в стринги, з яких також відбираються представницькі зразки.

По завершенні сортування аукціон випускає каталог с вказівкою номерів лотів і розсилає його можливим покупцям з додатком правил аукціонного торгу. Покупці прибувають завчасно, щоб ретельно оглянути виставлені товари, позначити у своїх екземплярах каталогів номери лотів, які їх цікавлять і проставити очікувані ціни. На аукціонах харчосмакових товарів для покупців улаштовуються дегустації. Не виключено, що традиційні покупці можуть домовитися між собою про розділ лотів з метою забезпечення придбання їх на найбільш вигідних умовах.

Головною стадією аукціону є торг, що веде аукціонник з асистентами. Існує кілька способів ведення торгу. Аукціонний торг із підвищенням цін може вестися гласним і негласним способами. При гласному способі аукціонник повідомляє номер чергового лота (номер лота одночасно висвітлюється на табло), називає початкову ціну і запитує: «Хто більше?». Покупці підвищують ціну щораз на величину не нижче мінімальної надбавки, зазначеної в правилах проведення торгу. Вона звичайно складає 0,01—0,025% первісної ціни. Якщо чергового підвищення ціни не пропонується, аукціонник після троекратного питання «хто більше?» ударяє молотком, підтверджуючи, що даний лот проданий останньому покупцю, що назвав найвищу ціну. У тих випадках, коли через відсутність інтересу до даного лота чи через змову покупців не вдається досягти наміченого рівня продажної ціни, аукціонник має право без пояснень зняти лот з торгу і виставити його пізніше.

При негласному (німому) торзі покупці подають аукціоннику заздалегідь домовлені знаки про згоду підняти ціну на установлену величину надбавки. Аукціонник щораз повідомляє нову ціну, не називаючи покупця. Негласне проведення торгу дозволяє зберегти в таємниці ім'я покупця.

Деякі аукціони ведуться з поступовим зниженням спочатку названої ціни самим аукціонником на заздалегідь установлені знижки. Лот здобуває той по-

купець, хто перший скаже «так». Ряд аукціонів, де торг ведеться зі зниженням цін, автоматизований. Зміна ціни у бік зниження вказується стрілкою на циферблаті. Лот купує той, хто перший натисне електричну кнопку, що зупиняє стрілку. Покупець визначається по заблокованій палаючій лампочці.

Автоматизований торг застосовується і при підвищенні цін. Покупці тримають кнопки включеними і відпускають їх у міру підвищення цін. Лот здобуває покупець, що залишився останнім, що не відпустили свою кнопку.

Якщо при звичайному гласному проведенні торгу за годину продається близько 300 лотів, то при автоматизованому способі — у 1,5—2 рази більше. Автоматизовані системи проведення аукціонів поширені в країнах Північної Європи. Після завершення торгу покупці підписують з аукціоном чи продавцями (комітентами) типові контракти, вносять аванси, вивозять товари зі складів протягом установленого правилами терміну і здійснюють остаточні розрахунки.

Аукціони як комерційні організації можуть фінансувати продавців і покупців, надаючи їм грошові і товарні кредити. Аукціонна торгівля створює значні зручності для постачальників і покупців, скорочуючи витрати обертання і забезпечуючи продаж за цінами, близьким до світових, за рахунок зосередження великих мас товарів і залучення багатьох конкуруючих покупців.