

ТЕМА 2 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ

Мета: визначити основні види торгово-посередницьких операцій, механізм їхнього здійснення, розкрити особливості торгово-посередницьких операцій.

Основні поняття: торгово-посередницькі операції, агенти представника, брокери, маклери, комісіонери, консигнатори, агенти-півірники, торгові агенти, купці, дистриб'ютери, дилери.

План

1. Сутність і класифікація посередницьких операцій у міжнародній торгівлі.
2. Основні суб'єкти міжнародного торгового посередництва.

1. Сутність і класифікація посередницьких операцій у міжнародній торгівлі.

Під торгово-посередницькими операціями розуміються операції, зв'язані з купівлею-продажем товарів, виконувані за дорученням виробників і споживачів товарів незалежним від них торговим посередником на основі угоди, що укладається між ними, чи окремого доручення.

Торгове посередництво в економічному розумінні – досить широке поняття, містить у собі значне коло послуг, зокрема, з пошуку закордонного контрагента, підготовці й здійсненню угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, проведенню рекламних та інших заходів щодо просування товарів на закордонні ринки, здійснення технічного обслуговування і проведення інших операцій.

Залучення торгового посередника дозволяє:

- збільшити прибуток за рахунок підвищення оперативності збуту товарів і прискорення обороту капіталу;
- збільшити прибуток за рахунок продажу товару на іноземному ринку безпосередньо в моменти поліпшення кон'юнктури за більш високими цінами, тому що посередники, знаходячись поруч з кінцевими споживачами, чуйно реагують на будь-які зміни попиту;
- збільшити прибуток за рахунок зменшення термінів збереження і передпродажного сервісу;
- збільшити прибуток за рахунок зниження витрат обігу на одиницю продукції.

Посередницькі операції регулюються нормами торгового і цивільного права. *Наприклад*, Цивільний кодекс України передбачає два види представництва (повноваження однієї особи робити певні юридичні дії замість іншої особи): доручення (статті 386-394 ЦК України), яке оформлюване договором доручення, і комісія (статті 395-412 ЦК України),

яка оформлена договором комісії. Відносини українських підприємств з українськими посередниками регулюються, таким чином, договорами доручення чи комісії.

При звертанні до закордонного посередника українські підприємства керуються тим, що відповідні норми іноземного права внаслідок умови контрактів чи норм міжнародного приватного права застосовні до експортно-імпортних операцій українських підприємств.

У закордонних країнах відносини посередників з підприємцями регулюються такими видами цивільних договорів:

1. У країнах дії романо-германської системи права (Франція, ФРН, Японія, Італія, Бельгія, Нідерланди, Швейцарія, скандинавські, латиноамериканські і багато інших країн) – договором доручення і договором комісії.

2. У країнах дії англо-американської системи права (Англія, США, країни Британської співдружності націй, зокрема Канада, Індія, Пакистан, Австралія й інші) – *агентським договором*.

3. В усіх країнах - договорами про розміщення товарів і/чи послуг (про надання виключних прав продажу і про винятковий імпорт та ін.) і договором про факторинг.

У принципі, посередників, які діють і за договорами доручення, і за договорами комісії, можна назвати «агентами», а договори, що підписуються з посередниками, – *«агентськими угодами»*. Широке застосування в договірній практиці мають розроблені окремими фірмами, а також міжнародними урядовими і неурядовими організаціями, проформи агентських угод (договорів). Так, міжнародна торговельна палата склала Керівництво щодо укладання агентських договорів (*International Chamber of Commerce. Commercial agency (Guide for the drawing up of contract. No 4100, 1990)*).

Посередників у зовнішній торгівлі можна класифікувати за залежністю від обсягу наданих їм повноважень і від їхнього місця на ринку.

2. Основні суб'єкти міжнародного торгового посередництва.

Права й обов'язки посередників визначаються в договорах з їхніми довірителями.

При цьому головна умова, що лежить в основі поділу подібних договорів на типи, полягає в такому: чи має право посередник підписувати угоди з третіми особами, за чий рахунок і від чiego імені він може це робити.

Посередників поділяють на чотири групи:

- посередники, які не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти представника, брокери, маклери);
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (комісіонери, консигнатори);
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя (агенти-повірники, торгові агенти);

- посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок (купці, дистриб'ютери, дилери).

Агент-представник тільки представляє інтереси принципала (довірителя) на визначеному ринку за погодженою номенклатурою товарів. Він не має права підписувати які-небудь контракти на товар ні від свого імені, ні від імені принципала.

В обов'язки агента-представника входить:

- проводити маркетингові дослідження й інформувати принципала про тенденції ринку;
- надавати принципалу інформацію про технічні вимоги до товарів і ціни;
- інформувати принципала про запити споживачів, про передбачувані розміщення замовлень;
- створювати сприятливу думку про принципала і його товари в ділових колах і здійснювати рекламу;
- сприяти укладанню і реалізації контрактів;
- організовувати ділові контакти принципалів з імпортерами товарів, з урядовими та іншими організаціями, від яких залежать рішення про розміщення замовлень.

На роль агентів-представників залучаються солідні фірми чи фізичні особи, які займають високе положення в ділових колах. Якщо за допомогою такого агента вдається укласти контракт, то йому виплачується винагорода в розмірі 2-5%, при великих сумах угод ця сума буде досить солідною, буде набагато перевищувати реальні витрати агента. Однак принципал йде на це, тому що в майбутньому він зможе мати угоди з цим покупцем уже без участі агента-представника.

Брокерські операції відбуваються з професійними посередниками – брокерами (по німецьки – маклерами), які працюють строго по визначених товарах чи операціях. **Брокери** – це особи, які діють по збуту й придбанню товарів, але самі стороною договору ні як продавця, ні як покупця не виступають. Їхнє завдання – знайти покупця для продавця і продавця для покупця і сприяти підписанню контракту між ними.

Приклад брокерів, які працюють по товарах, – це брокери в Англії з торгівлі лісом. Майже всі операції по лісотоварах в Англії здійснюються через брокерів. Брокери, які працюють по операціях, – це біржові брокери.

Роботу брокера можна схематично описати так:

- експортер з Італії звертається до англійського брокера з проханням підшукати покупця в будь-якій країні на даний товар;
- брокер звертається до імпортера із Єгипту з пропозицією купити даний товар в експортера;
- при згоді сторін брокер зводить контрагентів; - контрагенти підписують контракт;
- експортер поставляє в Єгипет свій товар.

За своє посередництво брокер одержує невелику винагороду, як правило, від тієї сторони, яка до нього звернеться першою. Якщо звертання

разове, то немає необхідності підписувати з ним угоду. Якщо відносини мають довгостроковий характер, то вони оформляються договором. Брокери торгують звичайно великими партіями значної вартості, тому ставки за їхні послуги звичайно не високі. Великі брокерські компанії співробітничать з банками в кредитуванні покупця, іноді самі виступають кредиторами, а також можуть приймати на себе гарантію за покупця, що, природно, підвищує розмір винагороди.

Контрагентами в комісійних операціях є комітент і комісіонер. Суть їх полягає в тому, що комітент доручає комісіонеру від імені комісiонера, але за рахунок комітента зробити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом.

Посередником комісіонер є тільки для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу, а саме – продавцем, якщо комісіонеру доручене щось продати, чи покупцем, якщо комітент доручає комісіонеру щось купити. З комітентом комісіонер буде свої відносини на підставі договору комісії. Договір комісії звичайно має разовий характер.

У договорі комісії обмовляються:

- мінімальні ціни при експорті й максимальні при імпорті;
- терміни постачань обговорених партій товару;
- граничні, технічні і якісні характеристики товару;
- відповідальність комітентів перед комісiонерами і комісіонерів перед комітентами;
- розміри і порядок виплати комісійних винагород.

Операції комісії бувають двох видів.

Перший вид – це чисто комісійні операції, що відрізняються такими особливостями:

- комісіонер, продаючи чи закупаючи товар, діє в межах договору комісії;
- комісіонер, здійснюючи операцію, ні на один момент не стає власником товару, і товар прямує від продавця покупцю;
- комісіонер не несе перед комітентом ніякої відповідальності за виконання зобов'язань третьою стороною;
- розрахунок між комітентом і третьою стороною здійснюється прямо.

Розмір комісійної винагороди повинен покривати видатки комісiонера на здійснення торгової операції і забезпечувати йому одержання прибутку. Звичайний розмір комісійних винагород при чисто комісійних операціях у світовій практиці складає 1,5-3,5% від суми угоди.

Другий вид комісійних операцій може застосовуватися в тому випадку, якщо комітент доручає комісіонеру що-небудь продати. Між комітентом і комісіонером полягає так званий договір «делькредере», в якому комісіонер приймає на себе відповідальність за платоспроможність покупців і компенсує комітентові всі витрати, якщо покупець виявиться неплатоспроможним. Комісіонер, знаючи про бажання комітента щось продати, може сам укласти договір з покупцем, і тільки тоді укласти договір з комітентом, виступаючи

як проміжний покупець. При таких операціях комісіонер переказує гроші комітентові тільки після одержання платежу від покупця. Прибуток комісіонер може одержати у виді різниці між цінами закупівлі товару в комітента і реалізації покупцю – ця сума складатиме комісійну винагороду комісіонера. Другий варіант одержання прибутку комісіонером – це коли розмір винагороди зафіксований у договорі комісії у вигляді відсотків від суми угоди, але винагорода в такому випадку буде вище, ніж при простих комісійних операціях, тому що під час висновку договору комісії угода вже гарантована (договір про покупку вже укладений). За договором консигнації, що являє собою різновид договору комісія, принципал (консигнант) поставляє товари на склад агента (консигнатора) для їхньої наступної реалізації на ринку консигнатора.

Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. На умовах консигнації реалізуються товари масового попиту, і консигнатор здійснює платежі консигнантові в міру реалізації товару. Договір консигнації має ряд особливостей:

- він визначає суму товарів, які одночасно зберігаються на консигнаційному складі і поповнюються в міру реалізації товару;
- він визначає термін консигнації, протягом якого ця сума повинна бути реалізована (*наприклад*, товари на суму 50 тисяч доларів, термін консигнації два роки);
- він ставить в обов'язок консигнатору застрахувати товари, що зберігаються на складі на користь консигнанта, оскільки вони до реалізації є власністю консигнанта;
- він визначає, що платежі виробляються по календарних періодах по відкритому рахунку з наданням консигнатором банківської гарантії чи тратт на суму консигнації, тому що, по суті, консигнанти кредитують консигнаторів на середній термін реалізації товару;
- у ньому уточнюється, який саме спосіб консигнації обирають сторони безповоротну, частково поворотну чи поворотну.

Безповоротна консигнація означає, що коли якась частина товарів, обговорених договором консигнації, не буде реалізована консигнатором, то останній зобов'язується купити їх у консигнанта за твердим рахунком. Але на такі договори консигнатори звичайно йдуть рідко. Частково поворотна консигнація означає, що консигнатор зобов'язується реалізувати товари на визначену частину суми, а товари на суму, що залишилася, якщо їх не вдасться реалізувати, повернути консигнанту.

Припустимо, із загальної суми консигнації в 50 тисяч доларів товари на суму 35 тисяч будуть вважатися на умовах безповоротної консигнації, а залишки на суму 15 тисяч – на умовах поворотної консигнації.

Припустимо, що за період консигнації консигнаторові удалося реалізувати товари на суму 25 тисяч доларів. Тоді товари на суму 15 тисяч повертаються консигнанту, а на суму 10 тисяч здобуваються й оплачуються самим консигнатором.

Поворотна консигнація означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнанту. Як варіант можна продовжити термін консигнації чи надати на ці товари знижку. При цьому варто зіставити розміри знижки з витратами по поверненню товарів. Звичайно витрати на повернення товарів сторони поділяють навпіл.

Договір консигнації дає можливість консигнатору активно впливати на рівень цін на ринку, підвищуючи їх у період збільшення попиту і знижуючи в період поганої реалізації.

Винагорода консигнанта звичайно складає різницю між цінами, які названі консигнантом, і цінами реалізації споживачу. Суть такої агентської повіреної операції полягає в такому: одна сторона, іменована принципалом, доручає іншій стороні, іменованій агентом, робити дії, які пов'язані з продажем (найчастіше) чи покупкою товарів, а також з пошуком замовників і виконавців на надання яких-небудь послуг на обговореній території в погоджений період за рахунок і від імені принципала.

Відносини між принципалом і агентом регулюються агентською угодою, що за своєю суттю є договором доручення.

Відмінність цієї угоди від договору комісії полягає в такому:

- агент діє від імені принципала, на відміну від комісіонера, який діє від свого імені;
- агентська угода має тимчасовий характер, обмежена якимсь терміном дії, розрахована, у разі одержання гарних результатів, на тривале співробітництво між принципалом і агентом;
- агентська угода має територіальний характер, обмежена визначеною територією, на якій агент діє за дорученням принципала.

Обсяг обов'язків *агента-повіреного* набагато ширше, ніж комісіонера.

Агентська угода звичайна визначає такі обов'язки агента-повірника:

- вивчати кон'юнктуру ринку й інформувати принципала про умови торгівлі і вимогах, яким повинен задовольняти товар, щоб бути конкурентоздатним на даному ринку;
- створювати на ринку сприятливу думку про товари принципала і про самого принципала, як надійного постачальника, здійснювати рекламу товарів;
- робити принципалу сприяння в збуті, придбанні товарів чи реалізовувати товари від імені принципала;
- орендувати склади для скорочення термінів постачання товарів споживачам, організувати і використовувати власну збутову мережу і, якщо це передбачено агентською угодою, здійснювати передпродажний сервіс і технічне обслуговування.

Винагорода агента фіксується в агентській угоді у вигляді відсотка від вартості товарів, які продані за укладеною їм угодою. Крім того, в агентській угоді може бути записана умова, що принципал окремо відшкодує деяку частину витрат повірника (*наприклад*, за рекламні заходи, презентації).

Дистриб'ютори займаються продажем товарів від свого імені і за свій рахунок, вони самі несуть всі ризики пов'язані з псуванням або втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупців.

Дистриб'юторські агентські угоди для принципала цікаві тому, що дають можливість виходу на нові ринки і забезпечують рекламу його товару на цих ринках протягом декількох років, укладаються з фірмами, що мають власну збутову мережу чи засоби на її створення, супроводжуються договорами закупівлі-продажу на постачання товарів, гарантують, на відміну від договорів консигнації, одержання платежу за товар відразу після постачання товару (якщо тільки товари не постачається в кредит), виключають ризики збитків від утрати чи ушкодження товарів на території чужої країни, тому що, одержуючи товар, дистриб'ютор стає його власником.

Для дистриб'ютора ці договори цікаві тим, що у порівнянні з іншими посередниками дистриб'ютори мають велику комерційну незалежність, самостійно встановлюючи ціни, здобувають найчастіше монопольне право на продаж товарів принципала на своїй території (звичайно фірми прагнуть стати дистриб'юторами продукції компаній з гарною ринковою репутацією та ім'ям).

Агентська угода з дистриб'ютором підписується звичайно на тривалий термін (2-5 років) з наступним продовженням за згодою сторін. Такі угоди полягають в основному на реалізацію машино-технічних, сировинних і споживчих товарів. Уклавши агентську угоду, в якій визначаються загальні основи взаємин сторін, вони укладають договори купівлі-продажу на постачання товарів, по яких агент повинний придбати товар принципала, а потім реалізовувати його кінцевому споживачу.

Реалізація товару – остання операція в переліку обов'язків агента, до цього він повинен організувати рекламу й систему збуту, складування, передпродажний сервіс і технічне обслуговування в гарантійний період. При великих і постійних обсягах реалізації агент, який в даному разі буде називатися генеральним агентом, організує свою збутову мережу, які складається із субагентів, що працюють у визначених регіонах, і дилерів, що обслуговують окремі населені пункти.

Винагорода агента складає різницю між ціною покупки товару в принципала і ціною його перепродажу.

За їхнім місцем на ринку посередники-агенти поділяються на простих агентів, агентів з правом «першої руки» і монопольних чи ексклюзивних (виняткових) агентів.

Угода про просте агентство надає право посереднику збувати на обговореній території певну номенклатуру товарів принципала й одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно чи через інших агентів виходити з цими ж товарами на той же ринок без виплати простому агенту якої-небудь винагороди чи компенсації. В агентській угоді фіксується також зобов'язання принципала не продавати самостійно чи через інших посередників товари на цьому ринку на більш сприятливих комерційних умовах, ніж були запропоновані простому агенту.

Проста агентська угода не гарантує посереднику стабільного становища на ринку, а принципал не може розраховувати на активну роботу агента. У зв'язку з цим прості агентські угоди звичайно укладають на короткий термін (до одного року) при виході експортера на нові ринки й іноді навіть з декількома агентами для того, щоб оцінити їхню здатність і вибрати найбільш перспективного партнера.

Різновидом простого агентства є агентство з правом «першої руки». Відповідно до договору про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту і тільки після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно чи через інших посередників без виплати винагороди агенту. Приводом для відмовлення можуть бути технічні характеристики, терміни постачання, ціна та інші умови, що, на думку агента, не сприятимуть руху товару на ринку. Звичайно ці всі мотиви перелічуються в агентській угоді. Відмова повинна бути зроблена принципалу в письмовому вигляді.

Угода про надання агенту монопольного права означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обговореній території протягом установленого часу й одержувати за це винагороду, але принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок з товарами визначеної в угоді номенклатури самостійно чи через інших агентів.

Якщо принципал продає на обговореній території сам чи через інших агентів, він все одно зобов'язаний виплатити монопольному агенту встановлену в угоді винагороду. Тому, підписуючи подібну угоду, принципал повинен чітко обмовляти, в яких випадках він може самостійно збувати товар на ринку монопольного агента. Це буває у випадках продажу безпосередньо урядовим органам чи постачань запчастин до вже відданого раніше устаткування.

Такий тип угоди вигідний як принципалу, так й агенту: він дає агенту впевненість у стабільному положенні на ринку і спонукає його до вкладення капіталу для створення і функціонування збутової мережі, а це гарантує принципалу активну збутову діяльність агента. Але, якщо монопольний агент виявиться незацікавленим у збуті товарів чи через їхню низьку конкурентоздатність, чи через недостатню винагороду, кон'юнктури ринку, що змінилася, чи внаслідок інших причин, то для принципала цей ринок буде закритим на весь термін дії угоди.

Потрібно ще враховувати, що конкуруючі фірми як із країни агента, так і з-за кордону могли просто підкупити агента, щоб він уклав монопольну агентську угоду і, не починаючи ніяких кроків для збуту товарів принципала, тим самим закрити для нього ринок і забезпечив «зелену вулицю» товарам конкурентів принципала. Щоб уникнути подібної ситуації, принципал включає в угоду зобов'язання агента реалізувати на ринку певну кількість товару за визначений період, *наприклад* за рік. Однак, завищуючи свої вимоги до агента, принципал ризикує наштовхнутися на завищені вимоги агента, що стосуються в основному підвищення розміру винагороди.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Дайте визначення поняттю «торгово-посередницька операція».
2. Класифікація міжнародних торговельних операцій.
3. Назвіть посередників, які не мають права підписувати угоди з третіми особами.
4. Особливості посередників, які підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя.
5. Відмінність посередників, які підписують угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя.
6. Особливості посередників, які підписують угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок.