



ТЕМА 5

ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ТА ОРЕНДНІ ОПЕРАЦІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Основні поняття: посередники, агенти, брокери, комісіонери, агенти-консигнатори, торгові агенти, дистриб'ютори, оренда, лізинг.

Зміст

1. Зміст посередницьких операцій. Переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
2. Класифікація посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку.
3. Організація збуту та способи винагороди посередників.
4. Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій.

1. Зміст посередницьких операцій. Переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності

Посередники - це особи, що поєднують сторони, які бажають укласти угоду. Вони діють у сфері перевезення, зберігання, страхування, збуту товарів. Посередники зазвичай працюють за рахунок **принципала** (доручителя) і одержують за це винагороду.

Мета залучення посередників - підвищення економічної ефективності зовнішньоторгових угод. Незважаючи на виплату винагороди посередникам, їх участь підвищує ефективність операцій завдяки таким перевагам:

- зростає оперативність у збуті товарів, в результаті за рахунок прискорення обігу капіталу збільшується прибуток;
- оперативна й активна реакція посередників на зміну ринкової кон'юнктури дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах;
- технічне обслуговування, післяпродажний сервіс, що здійснюються посередниками, сприяють підвищенню конкурентоспроможності;
- створення і розвиток збутової мережі посередниками економить кошти експортерів;
- спеціалізація посередників, як правило, на масовому збуті певних товарів дозволяє знизити витрати обігу на одиницю реалізованого товару.

В деяких випадках використання посередників стає необхідністю (окремі ринки збуту монополізовані; підприємства не можуть самостійно здійснювати дослідження закордонних ринків, займатися пошуком партнерів, розробляти умови контракту; так склалися міжнародні торговельні звичаї, наприклад, при операціях на біржах).

Водночас, недоліком непрямого методу торгівлі є позбавлення експортера безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від активності торгового посередника. Збут продукції через посередників призводить до підвищення цін на товари і зниження доходів від експорту, так як частина виручки залишається у посередника. До того ж, торговий посередник несе певні витрати, що у підсумку оплачуються експортерами.

2. Класифікація посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку

Права і обов'язки посередників визначаються в посередницьких договорах. Основна умова, яка лежить в основі поділу таких договорів на типи, полягає в наступному: чи має посередник право підписувати угоди з третіми особами, за чий рахунок і від чийого імені він може це робити.

Залежно від обсягу повноважень на ринку розрізняють такі види посередників.

1) Ті, що не мають права підписувати договори з третіми особами. **Агенти-представники** тільки представляють інтереси принципала на певному ринку щодо узгодженої номенклатури товарів. **Брокери** - це особи, які діють зі збуту і придбання товарів, але самі стороною договору ні в ролі продавця, ні в ролі покупця не виступають, їхнє завдання - знайти покупця для продавця і продавця для покупця та сприяти підписанню контракту між ними.

2) Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від свого імені та за рахунок принципала.

Комісіонери. Контрагентами в комісійних операціях виступають **комітент і комісіонер**. Суть їх полягає у тому, що комітент доручає комісіонерові від імені комісіонера, але за рахунок комітента здійснити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом. Посередником комісіонер є лише для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу, а саме - продавцем, якщо комісіонерові доручено щось продати, або покупцем, якщо комітент доручає комісіонерові щось купити.

Агенти-консигнатори. За договором консигнації (різновид договору комісії) принципал (консигнант) поставляє товари на консигнаційний склад агента (консигнатора) для їх подальшої реалізації на ринку консигнатора. Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. Винагороду консигнатора становить різниця між цінами, названими консигнантом, і цінами реалізації споживачеві. Важливою ознакою консигнаційного контракту є визначення території реалізації товарів; консигнатор не має права продавати товари за межами цієї території без згоди консигнанта.

3) Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від імені та за рахунок принципала. **Торгові агенти.** Суть такої агентської операції полягає в наступному: одна сторона (принципал) доручає іншій стороні (агентові) здійснювати операції, пов'язані з продажем-купівлею товарів, а також з пошуком замовників та виконавців на надання певних послуг на обумовленій території в узгоджений період за рахунок і від імені принципала.

4) Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок. **Дистриб'ютори (купці).** Ці посередники займаються продажем товарів від свого імені і за свій рахунок, вони самі несуть усі ризики, пов'язані зі псуванням або втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупців.

За місцем на ринку посередників класифікують наступним чином.

Прості агенти. Угода про просте агентство надає право посереднику збувати на обумовленій території певну номенклатуру товарів принципала та одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими ж товарами на той самий ринок без виплати простому агентові будь-якої винагороди чи компенсації.

Агенти з правом "першої руки". Згідно з договором про агентство з правом "першої руки" принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агентові і лише після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агентові.

Монопольні, або ексклюзивні, агенти. Угода про надання агентові монопольного права означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого часу і отримувати за це винагороду, але принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок з товарами обумовленої в угоді номенклатури самостійно або через інших агентів.

3. Організація збуту та способи винагороди посередників

У зовнішньоекономічній діяльності посередники використовують три види збутових мереж. **Власна збутова мережа** охоплює збутові відділи головного посередника і його підрозділи, розташовані в окремих регіонах країни. **Незалежна збутова мережа** (для агентів - субагентська мережа) охоплює дочірні компанії за участю капіталів основних посередників (агентів) і незалежні збутові фірми, що ведуть оптову і роздрібну торгівлю. **Змішані мережі**, найбільш поширені у міжнародній торгівлі, складаються із власних збутових відділів і незалежних збутових фірм.

Можна виділити кілька основних способів нарахування і виплати винагороди посередникам.

1) Посередники залишають собі різницю між цінами реалізації товарів на ринку збуту і цінами експортерів. Такий спосіб стимулює посередника до розширення обсягів збуту, однак не створює у нього зацікавленості у збільшенні експортних цін.

2) На користь посередника нараховуються узгоджені проценти з експортних цін. Це стимулює посередника до збільшення обсягу збуту і підвищення цін, що в результаті призводить до зростання ефективності експорту.

3) Змішана форма винагороди у вигляді процентів з фактурної ціни і різниці цін відповідає інтересам експортерів, якщо вони мають змогу оперативно контролювати фактичний рівень цін реалізації товарів на ринку.

4) Винагорода за системою "кост плас": посередник надає експортеріві документи, які підтверджують понесені витрати, і експортер відшкодовує ці витрати, збільшені на узгоджені проценти, які і складають прибуток посередника.

4. Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій

Оренда (lease) – це тимчасове користування майном на умовах, що встановлюються у договорі між власником майна (*орендодавцем*) та особою, на користь якої воно передається (*орендатором*). Суть оренди полягає у наданні орендодавцем клієнту – орендатору будь-якого товару у виключне користування на встановлений строк за визначену винагороду на основі договору оренди.

У практичній діяльності застосовуються 3 види оренди: короткострокова (до 1 р.) – рентинг (renting), середньострокова (від 1 до 2-3р.) - хайринг (hiring), і довгострокова (від 3 до 5р.) – лізинг (leasing).

Лізинг – найпоширеніший у міжнародній практиці. **Лізинг** – це господарська операція, при якій суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) передає матеріальні цінності іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоотримувачу) у користування за оплату для підприємницької діяльності.

У класичній лізинговій угоді беруть участь 3 суб'єкта: лізингодавець (власник предмета лізингу), лізингоотримувач (суб'єкт, що користується предметом лізингу), постачальник (продавець, виробник об'єкта лізингу).

Основні переваги лізингу: можливість використання нової, дорогої техніки, високих технологій без значних одночасних витрат; лізинг допускає 100%-ве кредитування і не вимагає негайного початку платежів; лізинг дозволяє спочатку випробувати машини, а потім закупити їх; лізингові платежі у повному обсязі включаються до собівартості продукції, що

виробляється лізингоотримувачем, що відповідно знижує оподатковуваний прибуток; майно за лізинговою угодою не зараховується на баланс лізингоотримувача, що не збільшує його активи і звільняє від сплати податку на майно; лізинг доступний для МСП, в той час як отримання банківських кредитів на сприятливих умовах для них проблематичне.

Відповідно до рівня окупності майна розрізняють фінансовий та операційний (оперативний) лізинг. **Фінансовий лізинг** – передбачає протягом періоду дії контракту виплату орендаром сум, які б покривали повну вартість амортизації обладнання або більшу її частину, а також прибуток орендодавця. Після закінчення строку дії контракту орендар може викупити майно за залишковою вартістю. **Операційний лізинг**, окрім обсягу зобов'язань лізингодавця, відрізняється від фінансового і за строком: обладнання використовується протягом часу, значно меншого, ніж строк економічної служби обладнання.

ГЛОСАРІЙ

Посередники – це особи, що поєднують сторони, які бажають укласти угоду.

Оренда (lease) – це тимчасове користування майном на умовах, що встановлюються у договорі між власником майна (*орендодавцем*) та особою, на користь якої воно передається (*орендаром*).

Лізинг – це господарська операція, при якій суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) передає матеріальні цінності іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоотримувачу) у користування за оплату для підприємницької діяльності.

Питання для самоперевірки знань

1. Визначити зміст посередницьких операцій.
2. Назвати переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
3. Навести класифікацію посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку.
4. Описати організацію збуту та способи винагороди посередників.
5. Пояснити сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій.

Рекомендована література: основна: 2,5; додаткова 4, 7.