***Международные посреднические операции***

· уяснить экономическую целесообразность использования коммерческих посредников;

· получить представление о многообразии видов коммерческих посредников и области их деятельности;

· изучить основное содержание договоров с посредниками и состав посреднических соглашений;

· научиться выбирать необходимый вид посредника, составлять и выполнять посреднические соглашения;

· изучить методы определения размеров вознаграждений по стимулированию работы посредников;

· научиться защищать коммерческие интересы сторон участников посреднических соглашений.

## *Виды посредников*

Посредники подразделяются на следующие виды:

**коммерческие представители** , выполняют поручения предпринимателей (принципалов) по поиску для них коммерческих партнеров и участвуют от имени принципалов при заключении ими договоров ;

**комиссионеры** - содействуют по поручениям предпринимателей (комитентов) сбыту или приобретению товаров в рамках комиссионных договоров путем заключения от своего имени и за счет комитентов контрактов с третьими фирмами ;

**поверенные** , содействуют по поручениям предпринимателей (доверителей) совершению коммерческих операций, в том числе по сбыту или приобретению товаров путем заключения договоров от имени и за счет доверителей ;

**агенты** , совершают по поручению предпринимателя (принципала) юридические и иные действия, в том числе по сбыту и приобретению товаров, путем заключения договоров от своего имени, но за счет принципалов, либо от имени и за счет принципалов (;**дистрибьюторы** , оптовые торговцы, которые в рамках дистрибьюторских договоров сбывают товары продавцов путем заключения ими контрактов купли-продажи.

### *Обязательства посредника*

• проводить маркетинговые исследования рынка и сообщать их результаты продавцу;

• вести рекламу товаров продавца на договорной территории;

• извещать продавца о готовящихся и объявленных торгах, выкупать и высылать продавцу условия торгов;

• встречать представителей продавца и организовывать встречи с деловыми людьми, от которых зависит решение о закупке товара;

• организовывать консультации юристов по особенностям гражданского законодательства, действующего в стране покупателя;

• оказывать содействие в организации и ведении [коммерческих переговоров](http://promanagement.org/8/1/);

• оказывать продавцу содействие в таможенной очистке, страховке и транспортировке товаров, если он имеет такие обязательства в стране сбыта товара (например, при базисных условиях DDP);

• действовать исключительно в интересах продавца;

• гарантировать исполнение принятых им обязательств (делькредере);

• выполнять поручения, связанные с урегулированием претензий покупателя в связи с ненадлежащим выполнением продавцом своих обязательств по срокам поставки товаров и их качеству;

• организовывать и осуществлять гарантийное и послегарантийное обслуживание поставленных машинотехнических товаров;

• иметь своих представителей (субпосредников) в согласованных городах или регионах страны сбыта.

Естественно, в соглашение включают не все, а только те обязательства, которые необходимы для успешного сбыта конкретных товаров и могут быть выполнены.

***Структура и содержание посреднических соглашений***

По своей структуре и содержанию соглашения с посредниками весьма близки к контрактам купли-продажи. Заглавные листы соглашений содержат название документа: например, «Посредническое соглашение с комиссионером», если в его основе лежит договор комиссии; «Посредническое соглашение с дистрибьютором», если в его основе лежит договор с перепродавцом (дистрибьютором), и т.д. Если в основе соглашения лежит агентский договор, то документ называется «Агентское соглашение». Называть такие коммерческие документы «Договор комиссии», «Договор поручения», «Агентский договор» и т.д. вряд ли правильно, поскольку, несмотря на то, что они основываются на таких договорах, содержащийся в них комплекс прав и обязанностей сторон обычно гораздо шире, чем определено действующими законами.

### *Экономическая целесообразность использования посредников*

Посредники – это лица и фирмы, содействующие обращению товаров и услуг на внутренних и внешних рынках. Они способствуют совершению сделок купли-продажи, поставки, [подряда](http://stroyspravka.net/17/), развитию арендных и лизинговых операций, обеспечению производственной и сбытовой кооперации, оказанию страховых, транспортных, туристических, бытовых и других услуг.

Практически невозможно найти область коммерческой деятельности, связанной с обменом товарами и услугами, в которой посредники не играли бы решающей роли. Число посредников в промышленно развитых странах достигает десятков, а то и сотен тысяч. Посреднические услуги может оказывать и одно физическое лицо, и гигантские компании, годовые обороты каждой из которых сопоставимы с внешнеторговым оборотом России.

Посредники юридически независимы от производителей, потребителей и других посреднических организаций. Их связывают с ними договорные отношения. Сбытовые и закупочные отделы в составе одного юридического лица посредниками не являются.

Как производители, так и потребители нередко создают посреднические организации в форме дочерних предприятий, в которых они владеют контрольными пакетами акций и практически руководят их работой в своих интересах, но с юридической точки зрения такие посредники являются независимыми.

Развитые рыночные отношения в экономически цивилизованных странах способствуют выстраиванию оптимальных цепочек посредников, выталкивая из своей среды лишние звенья и снижая тем самым общие издержки обращения.

Любая посредническая деятельность ведется предпринимателями с целью получения прибыли. Однако, несмотря на то, что посредники взимают за свои услуги вознаграждение, их привлечение дает изготовителям, продавцам и покупателям товаров и услуг следующие неоспоримые преимущества:

• посредники, действуя в определенном секторе рынка и специализируясь на определенном наборе товаров и услуг, быстрее, чем сами поставщики, могут найти фирмы, заинтересованные в приобретении данной продукции, обеспечив тем самым ускорение оборачиваемости производственного и торгового капитала;

• постоянно находясь в рыночной среде, изучая динамику спроса и предложения на товары и услуги, посредники могут заблаговременно ориентировать изготовителей, в каком направлении им развивать производство продукции и услуг, т.е. вести непрерывный маркетинговый мониторинг рынка;

• посредники вкладывают в сферу обращения собственный капитал, т.е. авансируют изготовителей товаров и услуг, создавая им условия для увеличения прибыли за счет экономии производственного капитала;

• посредники нередко принимают на себя финансовые гарантии исполнения платежных и других обязательств сторон, повышая надежность товарного обмена: кооперации, арендно-лизинговых операций и т.д.;

• по желанию продавцов, покупателей, кооперирующихся сторон и других участников рынка посредники могут оказать содействие в организации транспортировки грузов, их растамаживании и страховании;

• посредники повышают конкурентоспособность\* товаров, сокращая сроки поставок товаров путем их продажи с созданных складов запаса продукции;

• посредники повышают конкурентоспособность товаров по техническому уровню и качеству, осуществляя предпродажную доработку товаров и их техническое обслуживание в гарантийный и послегарантийный периоды;

• достаточно эффективна роль посредников в рекламе товаров, которую они осуществляют с учетом национальных и других особенностей рынка;

• специализируясь на работе с определенным набором товаров, посредники способны за счет значительных объемов товарооборота снизить издержки обращения на единицу продукции.

В условиях стабилизированной цивилизованной экономики действует рыночный закон, который заключается в том, что продавцы и покупатели товаров и услуг прибегают к помощи посредников только в том случае, если сумма выплачиваемого посредникам вознаграждения ниже, чем возможные затраты продавцов и покупателей, если бы они сами занимались сбытом или приобретением необходимых им товаров и услуг.

Во многих экономически развитых странах в торговле стратегически важными и социально значимыми товарами государство или устанавливает предельные надбавки к ценам производства и импорта, или регулирует предельные цены, исключая тем самым существование лишних посреднических звеньев, паразитирующих на потребителях.

***Посредник с неисключительным правом продажи***

Положение посредника с неисключительным правом характеризуется следующим сочетанием прав и обязанностей с продавцом:

• посредник имеет право сбывать товары по поручениям продавца на договорной территории;

• продавец имеет право сбывать товар через этого посредника, а также привлекать других посредников или самостоятельно сбывать товары на договорной территории.

На первый взгляд положение посредника с неисключительным правом работы на рынке должно полностью устраивать продавца, поскольку его коммерческая деятельность на договорной территории отношениями с посредником не ограничивается. Однако посредники с неисключительным правом работы на рынке, опасаясь, что основной поток товаров продавца может пойти на рынок через других посредников или напрямую от продавца, обычно не рискуют [делать существенные капиталовложения в маркетинговые исследования рынка](http://nanocorp.info/marketing/), рекламу, аренду или приобретение складских помещений и т.д. Поэтому посредники с неисключительным правом продажи не столь организованы и оснащены, как хотелось бы клиенту. Практика международной торговли показывает, что такое положение посредника целесообразно как временное на начальном периоде освоения рынка, когда экспортер выбирает из нескольких кандидатов в посредники, ставя их на определенный период в одинаковые условия работы на одной и той же договорной территории. По истечении начального периода работы на рынке может оказаться, что один из посредников более успешно работает с вполне определенным товаром, другой более успешно – с другим. Тогда продавец может разделить свою номенклатуру товаров между посредниками, действующими на общей договорной территории, и заключить с ними отдельные посреднические соглашения.

### *Посредник с преимущественным правом продажи (правом первой руки)*

Положение посредника с преимущественным правом продажи характеризуется следующими правами и обязанностями:

• продавец в первую очередь обязан предложить товар посреднику с преимущественным правом продажи. В случае его отказа сбыть товар на предложенных условиях продавец может предложить тот же товар другому посреднику или непосредственно покупателю на условиях не лучше, чем были предложены посреднику с преимущественным правом продажи;

• если посреднику с преимущественным правом продажи станет достоверно известно, что продавец сбыл товар

на договорной территории на условиях лучше, чем были ему предложены, он имеет право взыскать с продавца предусмотренное соглашением вознаграждение, как если бы он сам содействовал сбыту этого товара.

Включение в посреднические соглашения такого права продажи было достаточно популярно в 50-х годах, затем частота его применения резко упала, но во второй половине 90-х годов о нем стали, вновь достаточно часто вспоминать. Падение популярности применения такого права, очевидно, было связано с тем, что его реализация нередко порождала трудноразрешимые разногласия. Но их можно избежать, если строго придерживаться определенной процедуры: направлять первому посреднику безотзывные оферты с указанием предельного срока ответа и с оговоркой, что неполучение ответа быстрой связью в установленный срок означает молчаливый отказ посредника, а также, конечно, строго придерживаться правила не улучшать предложение другим посредникам и покупателям не только по ценам, но и по срокам кредитов, условиям платежей, санкциям, срокам гарантий и т.д.

### *Особенности соглашений с отдельными видами посредников*

Коммерческие представители являются независимыми посредниками, выполняющими предусмотренные соглашениями поручения принципалов по поиску для них покупателей или продавцов товаров и участвующими от имени принципалов в переговорах по заключению контрактов купли-продажи. Однако подписывать договоры коммерческий представитель права не имеет.

### *Положение посредников на рынке*

Определяя свои взаимоотношения, посредник и продавец товаров исходят каждый из своих интересов. Так, посредник обычно хотел бы иметь как можно более широкую номенклатуру товаров, неограниченную территорию сбыта и исключительное, т.е. монопольное, право сбыта, чтобы ни сам продавец, ни его другие посредники не создавали конкуренцию на рынке. Продавцы, наоборот, не

всегда заинтересованы предоставить посреднику такую свободу.

Рассмотрим три наиболее часто встречающихся сочетания прав и обязанностей посредников и продавцов, определяющих положение посредников на рынке.

### *Посредник с исключительным (монопольным) правом продажи*

Положение посредника с исключительным правом продажи характеризуется следующим соотношением прав и обязанностей с продавцом:

• продавец не имеет права самостоятельно или через других посредников сбывать на договорной территории товар, входящий в номенклатуру товаров посредника;

• если продавец нарушит вышеуказанное условие, то в соответствии с соглашением посредник может, как минимум потребовать от продавца выплаты ему установленного соглашением вознаграждения, как если бы сам посредник содействовал сбыту этого товара, либо также дополнительно взыскать с продавца убытки, понесенные посредником в связи с допущенным продавцом нарушением.

Таким образом, соглашение с монопольным посредником гарантирует ему, что или все товары продавца пройдут через него, или он получит возмещение понесенных потерь.

Это дает посреднику уверенность в своем положении, и он может вкладывать свой капитал в организацию и активную работу сбытовой сети. В этом в не меньшей степени заинтересован и продавец. Однако соглашение с монопольным посредником таит для продавца опасность блокирования рынка, если посредник не будет по каким-либо причинам вести активную работу по сбыту товаров. В практике российских экспортеров были случаи преднамеренного блокирования рынка монопольными посредниками в интересах конкурирующих компаний западных стран, которые выплачивали таким посредникам значительные компенсации. Чтобы застраховать себя от такой опасности, продавцу рекомендуется предусматривать в посредническом соглашении оговорку о праве продавца расторгнуть или изменить соглашение, если монопольный посредник не выполняет обязательств по годовым объемам реализации товара

на договорной территории. Такая отговорка может быть, например, сформулирована следующим образом. «Посредник обязуется реализовать на договорной территории товары продавца в первый год действия соглашения на 300 тыс. дол., а во второй и последующие годы – не менее чем по 500 тыс. дол. ежегодно. Если посредник не выполнит этого условия, продавец имеет право аннулировать соглашение, либо перевести посредника в положение с неисключительным, либо с преимущественным правом продажи». Контрольные суммы согласовываются между продавцом и посредником с учетом ожидаемых объемов продаж.

### *Использование посредников при импорте*

Опыт работы по импорту товаров показывает, что часто посредники обеспечивают закупку товаров на более выгодных условиях, чем напрямую их изготовители. Так происходит потому, что нередко покупатели не настолько хорошо знают рынок, чтобы самостоятельно найти иностранные фирмы, готовые продать товары требуемого качества по наиболее благоприятным ценам. Кроме того, осуществляя закупку через посредников, импортеры имеют возможность стимулировать их снижением цен. Поэтому весьма часто закупки через посредников, несмотря на выплату им вознаграждений, выгоднее, чем самостоятельный поиск продавцов и заключение прямых контрактов. При использовании посредников для закупки товаров на внутреннем и внешнем рынках следует учитывать, что в посреднических соглашениях не в интересах покупателей включать условие о договорной территории, поскольку, чем шире охват рынка, тем эффективнее может быть использована конкуренция между поставщиками.

Расширенные обязательства закупочного посредника также сходны с обязательствами сбытового посредника\*.

К ним также можно добавить следующие:

• использовать конкуренцию между продавцами товаров в интересах покупателя;

• защищать интересы покупателя в связи с ненадлежащим исполнением обязательств продавцами.

### *Принципы вознаграждения посредников*

Из экономической теории известно, что в сфере обращения товаров не создается новой стоимости, если в эту сферу не вклиниваются процессы производства, такие, как транспортировка товаров, их хранение на складе, пересортировка, переупаковка, предпродажные сервис и доработка, техническое обслуживание. Если посредники вкладывают труд и капитал не только в процесс поиска продавцов (покупателей – при закупках), но и в указанные выше производственные процессы, выполняемые в рамках обязательств, предусматриваемых посредническими соглашениями, то продавцы обязаны возместить все их издержки и обеспечить посредникам возможность получения прибыли на вложенный ими капитал с учетом специфики рынка и конкурентоспособности товаров.

Поэтому обе стороны должны стремиться к заключению соглашений, предусматривающих взаимовыгодные размеры вознаграждений.

***Министерство образования и науки РК***

***Университет «Мирас»***

***Институт «Экономики и бизнеса»***

***РЕФЕРАТ***

***Тема: «Международные посреднические операции»***

***Группа: МН – 368***

***Выполнила: Зыкова Кристина***

***Принял: Баландина К. Е.***

***Шымкент 2011г.***