



Посредники по перепродаже товаров в международной торговле

В.Я. Шалунов

Доцент (Всероссийская академия внешней торговли)

Использование торговых посредников на мировом рынке отличается от их использования на внутреннем рынке. Если на внутренний рынок доминирующее влияние на спрос и предложение оказывает розничная торговля, то на мировом рынке крупной группой продавцов и покупателей являются торгово-посреднические фирмы в юридическом и хозяйственном отношении часто независимые от производителей и потребителей товаров (экспортера и импортера).

Торговое посредничество (или косвенный метод выхода на внешний рынок) в экономическом смысле – это весьма широкое понятие. Оно включает круг услуг, в частности, по поиску заграничного контрагента, подготовку и совершению сделки, кредитованию сторон и предоставлению гарантий оплаты товара покупателем, осуществлению транспортно-экспедиционных операций, страхованию товаров, исследованию рынка сбыта и информационному обслуживанию зарубежного поставщика, проведению рекламных и иных мероприятий, осуществлению предпродажного сервиса и технического обслуживания, а также проведения многих других операций.

Торгово-посреднические фирмы действуют в целях извлечения прибыли, получаемой либо в результате разницы между ценами закупки товаров у экспортеров и ценами, по которым эти товары продаются покупателям, либо в виде вознаграждения за предоставление услуги по продвижению товаров на внешние рынки. Торговые посредники, как правило, имеют свою собственную материально-техническую базу – складские помещения, демонстрационные залы, ремонтные мастерские и др., а иног-

да и свои розничные магазины. В зарубежной и отечественной литературе, посвященной торговым посредникам, довольно часто приводятся определения посредников и различные системы их классификации, в том числе даже в зависимости от их места на рынке, простоты или сложности выполняемой ими работы, отношения к третьим лицам и т.д. При участии торговых посредников в настоящее время осуществляется до 80% мирового оборота товаров и услуг. Широкое использование торговых посредников в международной (мировой) торговле обусловлено определенными преимуществами по сравнению с прямыми экспортно-импортными операциями, которые в основном сводятся к следующему:

- экономия экспортера на создании собственной сбытовой сети в стране импортера, поскольку ее имеет торгово-посредническая фирма;
- избавление экспортера от многих забот, связанных с реализацией товара (доставка товара в страну импортера, сортировка, упаковка ит.д.);
- сокращение сроков поставки, повышение оперативности сбыта, в частности, путем организации за рубежом консигнационных складов;
- снижение издержек обращения при массовых поставках однотипных товаров;
- оперативное использование конъюнктуры рынка благодаря близости посредника к конечному потребителю;
- обеспечение технического обслуживания машин и оборудования на месте с использованием материально-технической базы фирмы-посредника;



- возможность проникновения на рынки стран, где торговля некоторыми товарами монополизирована торговыми посредниками (например, торговля лесоматериалами в Англии) и др.

Кроме того, необходимость активного использования посредников в российской промышленности диктуется рядом объективных факторов, к числу которых принадлежат ускорение научно-технического прогресса и углубление товарной и функциональной специализации изготовителей товарной продукции, задачи обеспечения стабильного, рассчитанного на длительный срок, широкого спроса на поставляемые товары. В ряде стран использование посредников диктуется действующими правовыми условиями и сложившимися торговыми обычаями. Причиной этого также является сам характер мирового рынка, который сейчас является «рынком покупателя», когда по большинству каких-либо изделий наблюдается превышение предложения над спросом, что служит основой обострения борьбы за потенциального покупателя, чем и осложняется продвижение товара на внешние рынки.

Использование торговых посредников, несмотря на повышение затрат на оплату их услуг, является действенным средством активизации экспорта продукции промышленности, помогая адаптироваться с новым товаром на новом рынке, и позволяя точнее, своевременнее определять конъюнктурные изменения, изучать запросы и требования со стороны местных потребителей, используя сложившуюся систему информированности посредника.

К услугам посредников обычно прибегают при сбыте товаров широкого потребления, стандартного промышленного оборудования, при реализации второстепенных видов продукции, на отдаленных и мало изученных рынках, рынках ограниченной емкости, при продвижении новых товаров, при отсутствии в странах-импортерах собственной сбытовой сети, а так же мелкие и средние фирмы, осуществляющие экспортно-импортные операции эпизодически, и крупные промышленные фирмы, объем внешнеторговых операций которых невелик.

Косвенный метод продаж дает возможность приспособлять характеристики отечественной продукции к условиям иностранного

рынка, знакомиться с местными обычаями торговли, выявлять потенциальную клиентуру, использовать льготы и преимущества от организации продаж непосредственно на рынке потребителей, минуя в ряде случаев торгово-политические и правовые преграды ряда стран. Через косвенные каналы внешнеторговые организации и предприятия-экспортеры обеспечиваются первичной информацией по широкому кругу вопросов экономического, внешнеторгового и конъюнктурного характера, возможностью посредничества в участии в торгах, в подборе поставщиков для совместных поставок оборудования при строительстве объектов в третьих странах. В качестве примера можно указать, что в России действуют, например, около 3 тыс. фирм с участием германского капитала, из которых 50% специализируются на торгово-посреднических и консультационных услугах.

Торгово-посреднические операции осуществляются на основании договоров, подписанных двумя сторонами в каждом конкретном случае, за исключением брокерских операций, и при выполнении указания:

- от чьего имени работает посредник;
- за чей счет посредник ведет свои операции.

«От своего имени» означает, что посредник сам является стороной контракта купли-продажи и несет всю ответственность перед покупателем за выполнение обязательств по этому контракту.

Изучение законодательства ведущих иностранных государств, а также практики коммерческой деятельности зарубежных фирм на мировом рынке позволяет прийти к выводу, что в основу классификации торговых посредников следует положить их функции и характер правовых взаимоотношений между производителем (экспортером и импортером) и посредником. В зависимости от этого торгово-посреднические операции подразделяются на:

- I. операции по перепродаже товаров;
- II. комиссионные операции;
- III. консигнационные операции, как форма комиссионных операций;
- IV. агентские операции;
- V. брокерские операции.



Практически все виды посредников, кроме консигнаторов, могут привлекаться как для сбыта, так и для закупок товаров и услуг. Следует иметь в виду, что в праве зарубежных государств наблюдаются неодинаковые подходы к использованию разных видов посредников, поэтому при заключении с ними договоров следует ясно представлять, законодательством какого государства будут определяться те правоотношения, которые не урегулированы сторонами при переговорах.

Выделим основные виды посредников, осуществляющих операции перепродажи.

Первый тип представляют посредники, которых чаще всего называют купцами. История формирования клана купцов связана с купеческим бизнесом, сформировавшимся на нише по перепродаже товаров кочевниками, переезжавшими на большие расстояния и контролировавшими пространство между городами, в том числе и регионы. Они решали кого пропустить, кого нет и с кого какие пошлины за проезд взять. Этот бизнес сделал торговлю исключительно доходным бизнесом, обеспечивая монопольно высокие прибыли. Клан сверхбогатых купцов имел целые торговые империи, разбросанные по разным городам.

В настоящее время купцы покупают у производителей или экспортеров товары на основе *договора купли-продажи* и реализуют их по своему усмотрению на любом рынке по цене, которую они устанавливают сами. Отношения купцов с экспортерами прекращаются после выполнения взаимных обязательств по договору купли-продажи. Реализовывать купленный у экспортера товар купец может как на внутреннем, так и внешнем рынке. Контракт с конечным потребителем он подписывает сам. При продаже на внешнем рынке он выступает как самостоятельный экспортер. Чаще всего такие операции проводятся с товарами широкого потребления и продовольственными товарами. Широкое распространение они получили при закупке сезонных товаров с последующей реализацией их вне сезона.

Более подробно остановимся на **втором виде** посредников, к которому относят *торговцев по договору (дистрибьюторов и дилеров)*.

В настоящее время очень актуальным становятся вопросы: «Кто такие дистрибьютор и

дилер? Какими нормативными актами регулируется дистрибьюторская и дилерская деятельность, особенности и принципиальные отличия деятельности этих субъектов торгового оборота».

Что касается разницы в терминологии, то эти названия по смыслу близки, вследствие чего возникает множество споров по поводу определения и правового регулирования деятельности данных участников торгового обращения. Слово «дистрибьютор» в переводе с английского «distributor» - «распределитель», а слово «дилер» в переводе с английского «dealer» - «торговец».

Причина споров относительно различий в терминологии в том, что законодательство не определяет понятие «дистрибьютор» и «дилер». Упоминания о дистрибьюторе содержатся в Распоряжении Мэра г. Москвы №754-РМ от 21.07.98 г. «Об упорядочении деятельности Мэра по многоуровневому маркетингу», в некоторых законодательных документах дается определение понятия «дилерская деятельность» (ст. 4 Федерального закона от 22.04.1996 г. №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг») и некоторых других документах. В целом же отсутствует законодательное регулирование проблемы, поэтому за основу взаимоотношений берется дилерский или дистрибьюторский договор. Считается, что в системе сбыта дистрибьюторы стоят ближе всего к производителю, а дилеры - к конечному потребителю.

Посредничество дистрибьютора и дилера состоит в содействии продвижению договорных товаров от экспортера к конечному потребителю на определенной территории, включая при необходимости их техническое обслуживание, обеспечение запасными и т.д. В обязанности дистрибьютора и дилера, находящихся в стране производителя, может входить получение заказов от иностранных покупателей и размещение их у производителей от своего имени и за свой счет, и, следовательно, права и обязанности по сделкам возникают между третьим лицом и соответственно дистрибьютором и дилером. Дистрибьютор и дилер выступают постоянным звеном в организации сбыта экспортером, поэтому они обязаны постоянно соблюдать интересы экспортера и действовать в рамках полномочий, предоставленных им согласно договору о предоставлении им права на продажу.



Посредники-дистрибьюторы. Желание экспортера расширить сбыт своих товаров на зарубежных рынках, стремление минимизировать свои расходы, связанные с этим, с одной стороны, и привлечение агента на условиях договора поручения или комиссии с другой стороны, приводит к ситуации, когда экспортер экономически и юридически зависит от действий такого агента, его добросовестности и предприимчивости, возможности и желания обеспечить выгодные сделки. В такой роли выступает дистрибьютор, т.е. фирма, осуществляющая закупку определенных товаров у крупных промышленных фирм-производителей и сбыт товаров на региональных рынках от своего имени и за свой счет.

Отношения между экспортером и дистрибьютором оформляются дистрибьюторским договором (Distributorship Agreement), который может иметь исключительный или неисключительный характер. Несмотря на широкое распространение, деятельность дистрибьютора в большинстве стран, в том числе и в России, отдельно не урегулировано законодательством, но в некоторых странах определенное правовое регулирование имеется. Например, в Саудовской Аравии, Иордании, в Кувейте и ряде других стран Ближнего и Среднего Востока подобный вид деятельности разрешается только гражданам этих стран. Иными словами, без местного коммерсанта проникновение на местный рынок невозможно. Данные требования распространяются и на дистрибьюторов. В Ливане, Доминиканской Республике принято защищающее дистрибьютора регулирование в форме закона, касающегося непосредственно дистрибьюторов, либо путем введения регулирования, применяемого более общим образом ко всем сторонам дистрибьюторских отношений. В некоторых странах защита дистрибьюторов осуществляется судебной практикой путем применения общих принципов законодательства (например, в Германии и Франции).

Фактически единственным документом, как было указано ранее, регулирующим деятельность дистрибьютора, является дистрибьюторский договор. Следует отметить, что дистрибьютор не просто перепродавец, действующий как оптовый торговец. Дистрибьютор, как правило, имеет тесные и продолжительные связи с экспортером товара. Дистрибьютор

осуществляет продвижение и организацию сбыта на закрепленной за ним территории страны, а экспортер часто предоставляет ему исключительное право сбыта, добровольно уходя с данного рынка и обязуясь не только вступать с ним в конкуренцию, но и всячески оказывать содействие в продвижении товара, рекламе, предоставляя право на использование своего товарного знака, содействуя в организации обучения персонала и осуществления послепродажного технического обслуживания. Так, в руководстве по составлению международных дистрибьюторских соглашений Международной торговой палаты (МТП) (Публикации МТП №441 и 518) выделяют следующие характерные черты деятельности дистрибьюторов, помимо перечисленных выше:

- производитель утрачивает привилегированное положение на территории дистрибьютора, которому часто предоставляется исключительное право сбыта;

- отношения устанавливаются на согласованный период времени; это лежит в основе сотрудничества, которое, исходя из его характера, не может быть эпизодическим;

- в ходе таких отношений между сторонами возникают тесные доверительные связи. Сбыт готовых изделий сопровождается обычно ограничением свободы дистрибьютора, в частности, обязательством воздержаться от конкуренции.

По соглашению о предоставлении исключительного права экспортер предоставляет дистрибьютору исключительное право на размещение и продажу согласованных товаров на определенной (договорной) территории, а дистрибьютор принимает на себя обязательство закупать договорные товары исключительно у экспортера, с которым заключается соглашение. Исключительность может касаться товаров, географической территории и потребителей. Возможно заключение дистрибьюторского соглашения без условий об исключительности, и в этом случае число дистрибьюторов на договорной территории может быть неограниченно.

По правовой природе дистрибьюторский договор является организационным договором, который затем реализуется: с одной стороны, путем приобретения дистрибьютором у экспор-



тера договорных товаров на основе отдельно заключаемых договоров купли-продажи; с другой стороны, путем продажи им на договорной территории договорных товаров от своего имени и за свой счет на основе заключаемых с потребителем отдельных договоров купли-продажи. Поэтому для сторон такой сделки важным является стабильные правила их взаимодействия, согласовываемые обычно в виде общих условий продажи и содержащиеся в том же организационном дистрибьюторском договоре.

Вознаграждение дистрибьютора в коммерческой практике именуется «комиссионным вознаграждением» и рассчитывается, как и вознаграждение дилера, в виде разницы между ценами товара. Право на вознаграждение, способы его исчисления, сроки и порядок уплаты определяются соглашением.

В литературе различают некоторые виды дистрибьюторов:

- генеральный дистрибьютор – дистрибьютор, организующий сбыт в регионе продукции определенной фирмы своими силами или через собственную дилерскую сеть;

- дистрибьюторы, имеющие склады (регулярные) – выполняют функции накопления и хранения товаров, заключают договоры на поставку в будущих периодах, оказывают услуги в подсортировке и подбору ассортиментных групп товаров;

- дистрибьюторы, не имеющие складов, - в основном участвуют в транзитных поставках.

В России производители порой заключают дистрибьюторские контракты с посредниками для сбыта товаров здесь же в России. В этих случаях дистрибьютор на самом деле является дилером. А вместо дистрибьюторского контракта с ним должен заключаться договор на исключительную продажу товара.

Дилеров часто называют перекупщиками. Их деятельность очень распространена и формы этой деятельности самые разнообразные.

Дилер – это всегда юридическое лицо, осуществляющее торговое посредничество за свой счет и от своего имени в интересах продавца (экспортера). Отношения дилеров с экспортерами оформляются договором о предоставлении права на продажу, в соответствии с которым стороны заключают между собой контракт

на поставку товаров. Сразу же после поставки товара дилер производит расчеты с экспортером и фактически становится собственником товара, а затем продает эти товары от своего имени и за свой счет. Но в отличие от обычной перепродажи товаров, приобретенных по контрактам купли-продажи, где новый собственник не связан никакими обязательствами с продавцом, у которого он приобрел товар, дилер обязан продавать купленные товары на условиях, определенных договором между ними правом на продажу. На мировом рынке действуют так называемые «официальные дилеры» какого-либо продавца (экспортера) товаров на основе договора между ними с предоставлением исключительного права на деятельность. При этом нужно иметь в виду, что исключительное дилерство не должно попадать под антимонопольное законодательство, которое действует во многих странах мира (России, США, Европейском Союзе). Обычно это законодательство «закрывает» глаза на такое дилерство, если оно не монополизировало большой объем операций и не нарушает свободу конкуренции. В практике взаимоотношений дилер может быть как первым звеном посреднической цепочки, так и вторым, представляя интересы дистрибьютора.

Дилер, являясь первым звеном посреднической цепочки, находится в непосредственных отношениях с производителем, которому товары продаются по минимально возможной цене. Такое право обусловлено тем, что дилер является наиболее крупным оптовым покупателем и производитель имеет возможность при невысокой фактической рентабельности получить дополнительный выигрыш за счет больших оборотов по реализации:

- право предоставления торговых интересов производителя и реализации продукции производителя на определенной территории или среди определенного круга покупателей. Дилер получает эксклюзивное право на такую реализацию и может планировать свою хозяйственную деятельность исходя из того, что кроме него никто на данной территории либо среди определенной категории покупателей этот продукт продавать не будет.

- право именоваться официальным дилером производителя и пользоваться его торговым знаком.



- преимущественное право на выбор определенного вида производимой продукции по качеству, потребительским свойствам и т.д.

В противовес к предоставленным исключительным правам дилер имеет не меньшее количество обязанностей. Обязанности дилера не ограничиваются обязанностями покупателя по договору и характерны именно для отношений, складывающихся между дилером и товаропроизводителем:

- обязанность приобретать определенное количество товара с какой-то периодичностью. При этом если дилер в каком-то периоде приобретает меньшее количество, то разница переносится на следующий период, в котором дилер обязан большее количество, равное не докупленному количеству.

- обязательство выборки товара по количеству за определенный договором промежуток времени часто заменяется обязанностью дилера продавать такое количество за этот срок.

- стороны договора могут устанавливать друг для друга правила, но исключительно в рамках собственных взаимоотношений. Предметом дилерского договора является приобретение товара дилером, а не продажа товара дилером, следовательно, производитель вправе договором обязать дилера покупать у него товар в каком-то количестве, так в основе дилерского договора лежит купля-продажа. Производитель не имеет права определять взаимоотношения дилера с третьими лицами по реализации товара, являющимся собственностью дилера, по крайней мере, что касается количества товара.

- обязанность соблюдать территорию реализации товара. Дилерство, как комплекс взаимоотношений двух предприятий имеет своей целью расширение сбыта товаров, а также разумную и в законных пределах его реализацию. Территория, определяемая дилерским договором, как правило, совпадает с географическим или административно-территориальным делением этой части света, определенного иностранного государства. Получая исключительное право реализации товара на такой территории, дилер может в определенных случаях быть единственным дилером и в единственном лице обеспечивать насыщение потребности рынка в своей категории товаров, хотя такое получа-

ется нечасто. Территория обычно закрепляется за несколькими дилерами одновременно, в результате чего они фактически вынуждены конкурировать между собой, представляя на рынок один и тот же товар одного производителя. Такое «уплотнение» рынка сбыта характерно для массовых потребляемых товаров (продуктов питания, товаров широкого потребления и т.д.).

Основной массой иностранных дилеров являются нерезиденты, находящиеся на территории соответствующей страны.

- обязанность способствовать реализации товара путем проведения рекламных акций, компаний. Здесь мы имеем достаточно интересную особенность. Дилер, являясь собственником товара, рекламирует товары, определяя «источником» их происхождения производителя. Особенно это хорошо прослеживается при наличии на одной территории нескольких дилеров, если рекламу делает один из них, то такая реклама должна способствовать реализации продукции всеми дилерами, а не только конкретным. Расходы на проведение рекламных мероприятий не компенсируются производителем, а являются затратами дилера, но, тем не менее, реклама товара является обязанностью дилера и определяется дилерским договором.

- обязанность осуществлять торговлю только товарами данного производителя. Эта обязанность вменяется в тех случаях, когда производитель конкурирует с иными, производящими аналогичный товар.

- обязанность придерживаться определенного стиля поведения на рынке или определенного фирменного стиля, выражающегося в специальном оборудовании торговых помещений, фирменной одежде и т.д. Здесь же мы можем сказать об обязанности дилера поддерживать на высоком уровне обслуживание покупателей и общение с ним, так как через дилеров формируется устойчивое отношение покупателей к самому производителю, что в конечном итоге влияет на уровень спроса.

- послепродажное обслуживание. Дилер, кроме продавца товаров, зачастую выполняет функции и сервисного центра. Осуществляя гарантийный ремонт проданных товаров. При этом в ремонт принимаются товары, проданные как этим дилером, так и иными дилерами



и продавцами, но произведенные одним предприятием-поставщиком по дилерскому договору.

Отношения по ремонту дилером проданных товаров делятся на две части: гарантийный и послегарантийный. Гарантийный ремонт выполняется бесплатно для покупателей товаров и должен быть оплачен дилеру производителем, следовательно, между дилером и производителем должен быть заключен отдельный договор о проведении ремонта либо условия об этом должны быть включены в текст дилерского договора.

- обязанность снабжать производителя сырьем и материалами для обеспечения производства. Данное условие дилерского договора является классическим: хочешь получить товар дешевле – найди дешевое сырье. Кроме того, дилеру проще организовать товарообменную сделку с условием получения сырья и материалов для производителя и обойтись без платежа деньгами.

- обязанность предоставления в определенных случаях кредита производителю. Под кредитом подразумевается не собственно банковский кредит, а кредит коммерческий, например, обязанность приобретать товар по предоплате с отгрузкой продукции через 10-15 дней после расчета.

Дилерский договор является сложным, в нем переплетаются несколько различных видов договоров, предусмотренных законодательством. Дилерский договор, как это видно из прав и обязанностей дилера, является во всех отношениях масштабным, определяющим множеством моментов, но стоящих на одном каркасе – дилер является перепродавцом-оптовиком, действующим за свой счет, от своего имени, на свой страх и риск. Разнообразна и велика фантазия наших субъектов, называющих дилерскими отношения, подразумевающими все что угодно – от возмездного оказания услуг до поручения и комиссии.

Апелляция к тому, что дилерский договор не предусмотрен ГК, не означает, что им можно называть что угодно, тем более что законодательство определяет основу работы дилера: от своего имени и за свой счет.

При дилерских отношениях в международной торговле, как указывалось ранее, дилером может быть нерезидент, кроме того, расчет

дилера-резидента может проходить через зарубежные фирмы при поставках сырья и т.п., что приводит к дополнительным сложностям, связанным с регулированием внешнеторговой деятельности, правил экспорта, импорта, расчета с третьими лицами, зачета и т.д.

Для успешного ведения дел дилером, его контрагентом-производителем и для избежания излишней путаницы следует оформить взаимоотношения следующим образом: заключается дилерский договор, рамочно определяющий основы и принципы взаимоотношения сторон, а поставки товаров, сырья, материалов и прочие действия сторон производить на основе отдельно заключаемых договоров купли-продажи, поставки, мены и т.д. и в этих договорах делать оговорку, что договор заключается на основании и во исполнение генерального дилерского договора. Таким образом, будет убрана излишняя путаница в расчетах, достигнута максимальная гибкость в осуществлении расчетов во внешнеторговом обороте и при замене сторон в обязательстве.

Правильное построение работы зависит от воли сторон, поэтому остается пожелать настоящим дилерам, чтобы воля была доброй, а работа – успешной. Среди различных видов дилеров можно выделить субдилера – агента дилера, совершающего посреднические операции от имени дилера и за его счет.

Выступая вторым звеном в посреднической цепочке, деятельность дилера находится под контролем дистрибьютора на предмет её соответствия ценовой и сбытовой политики экспортера (поставщика).

Договор о предоставлении права на продажу. Этот договор определяет лишь общие условия взаимоотношений сторон по реализации товаров, в соответствии с которым стороны заключают самостоятельные контракты купли-продажи, в которых содержатся условия каждой конкретной сделки. Иногда они оформляются как дополнение к этому рамочному договору, который может включать и общие условия контрактов купли-продажи.

Сторонами договора являются производитель или экспортер товаров и торговец по договору (дистрибьютор и дистрибьютор). Экспортер обязан поставлять товар, а торговец по договору покупать его на основе отдельных контрактов, заключаемых во исполнение



этого договора. При этом оговаривается, что дистрибьютор или дилер будет покупать товары и продавать их третьим лицам от своего имени и за свой счет. В договоре, обычно с прилагаемой к нему спецификации, определяются товары, право на продажу которых предоставляется торговцу по договору. Как и в других посреднических соглашениях, в этом договоре определяется договорная территория и характер предоставляемого дистрибьютору или дилеру права на продажу, которым может быть простое, преимущественное право, монопольное и монопольное с ограничениями.

В договоре обычно оговаривается, что в контрактах купли-продажи будут фиксироваться экспортные или преysкуранные цены экспортера. Цены продаж местным потребителям обычно устанавливаются самим дистрибьютором или дилером. Но иногда оговариваются цены и условия поставки, предлагаемые экспортером.

Способы вознаграждения дистрибьютора и дилера определяются в зависимости от метода установления реализационных цен. Если их определяет экспортер, то вознаграждением будет скидка на перепродажу с преysкуранной цены. Если цену реализации устанавливает сам торговец по договору, то вознаграждением может быть разница между закупочной и реализационной ценами. Договор не исключает возможности заключения сделок на дополнительные услуги с расчетами по системе «стоимость плюс вознаграждение». Размер вознаграждения зависит от характера товара, объема оказываемых дистрибьютором услуг и других факторов.

Договор может быть заключен на определенный или неопределенный срок. В договоре на определенный срок (обычно 1-3 года) оговаривается возможность его продления, если от одной из сторон не поступит заявление об его денонсации. В другом случае стороны оговаривают лишь порядок его расторжения.

В договоре обычно оговариваются обязанности дистрибьютора и дилера, основными из которых являются:

- обязательства, вытекающие из оговорки о конкуренции;
- обязательства, вытекающие из оговорки о минимальном обороте;

- организация технического обслуживания машин и оборудования в гарантийный и послегарантийный периоды, содержание склада запасных частей и ремонтных мастерских;

- осуществление рекламы, конкретные обязательства сторон и распределение доходов на нее между экспортером и торговцем по договору;

- регулярное предоставление дистрибьютором информации экспортеру о состоянии конъюнктуры рынка, ходе реализации товаров, деятельности конкурентов, о ценах и других условиях реализации товаров.

В этом договоре оговариваются также обязанности экспортера, призванные способствовать успешной деятельности торговца по договору, в частности, оказание ему содействия в обеспечении запасными частями и решении других технических вопросов при продаже машин и оборудования, предоставление кредитов, частичное или полное возмещение расходов по оказанию технического обслуживания, по рекламе и т.д.

Дистрибьютор или дилер по поручению экспортера может взять на себя обязательство продавать от своего имени и за свой счет товары со склада. В этом случае в дополнение к договору о предоставлении права на продажу между экспортером и торговцем по договору заключается специальное соглашение о консигнационном складе. В этом случае в отличие от консигнатора торговец по договору сам определяет уровень цен реализации товаров третьим лицам.

Деятельность торговца по договору находится под постоянным контролем со стороны экспортера, способы этого контроля специально оговариваются в договоре.

Торговые дома. Операции по перепродаже от своего имени и за свой счет осуществляют торговые фирмы, которые представлены торговыми домами.

Торговые дома закупают у производителей или оптовиков своей страны и перепродают их за границы, а также приобретают иностранные товары и перепродают их местным фирмам. Они работают либо по широкой номенклатуре, либо специализируются на одном или группе товаров.



Торговые дома - это многопрофильные торговые компании, представляющие собой транснациональные торговые корпорации (ТНК), включающие наряду с торговой компанией, производственные, банковские, страховые и рознично-оптовые фирмы, осуществляющие широкий диапазон деятельности. Через обширную сеть заграничных филиалов и дочерних фирм они проникают на рынки многих стран. Во главе торгового дома обычно стоит мощная финансовая группа, определяющая его коммерческую стратегию.

Они получили распространение в ряде развитых капиталистических стран. Крупнейшие торговые дома специализируются на широкой номенклатуре преимущественно потребительских товаров. Они контролируют десятки и сотни универмагов в крупнейших городах многих стран.

В Японии самую большую роль в организации и осуществлении международной деятельности принадлежит девяти универсальным торговым посредническим компаниям (сого сеся), не имеющих себе равных по товарообороту. Они образуют олигопольную систему регулирования и осуществления международной и внутренней торговой деятельности. Это торговые дома «Мицубиси», «Мицуи», «Итою», «Марубени», «Сумимото», «Ниссе иваи», «Тоё мэнка», «Канемацу госе», «Нитимэн». На их долю приходится 45% экспорта и 77% импорта. К их общим функциям относятся осуществление операций по экспорту и импорту, выполнение формальностей по обеспечению внешней торговли, организация валютного обмена, консультирование по вопросам логистики. В последние годы появились новые функции – инвестирование капиталов за границей, содействие научно-техническим исследованиям и разработкам.

Анализ международного опыта торгово-посреднической деятельности и ее правового регулирования позволяет сделать вывод о том, что посредники играют важную роль в меж-

дународном торговом обороте, а их грамотное использование позволяет экономить средства, время и повышает эффективность внешнеэкономической деятельности. Использование института посредничества особенно важно для российских промышленных и коммерческих структур, большая часть которых в силу специфики своей деятельности и необходимости крупных вложений не готовы пока к созданию собственной сбытовой сети за рубежом. Особенно незаменимы торговые посредники для тех отечественных организаций, которые впервые выходят на внешний рынок или же недавно начали его освоение. Решая вопрос об использовании посредника очень важно оптимизировать их количество, исключив лишние посреднические звенья. Для российского производителя, не имеющего значительного опыта внешнеэкономической деятельности, вполне разумной могла бы быть опора на независимых отечественных торговых посредников, число которых пока явно недостаточно для обеспечения высокой эффективности экспорта. При отсутствии надежных торговых посредников с собственными разветвленными каналами сбыта российские поставщики вполне могут в своей деятельности ориентироваться на зарубежные посреднические фирмы. Опыт использования зарубежных торговых посредников весьма актуален для российских коммерческих структур не только при экспорте или импорте товаров на внешние рынки. Нарботанные длительной зарубежной практикой нормы, правила и схемы взаимодействия в этой области могут быть творчески использованы российскими импортерами, осуществляющими сбыт иностранных товаров в РФ. В первую очередь это относится к принципам построения правовых и коммерческих взаимоотношений юридических и физических лиц, задействованных в реализации импортных товаров. Цивилизованная система их сбыта пока лишь только создается, поэтому очень важно, чтобы с самого начала она отвечала высоким мировым стандартам.

