

Посредническая деятельность в международной торговле

Ю.А. Савинов,

*доктор экономических наук, профессор, Всероссийская академия
внешней торговли, кафедра технологии внешнеторговых сделок -
профессор,*

Д.В. Рыбей,

*Всероссийская академия внешней торговли, кафедра технологии
внешнеторговых сделок - профессор*

УДК 339.5
ББК 65.428
С-130

Аннотация

Авторы рассматривают в статье основные формы использования посреднических услуг при сбыте готовой продукции на мировом рынке, специфику использования различных посредников на товарных рынках, выявляют особенности посреднических действий агентских компаний, комиссионеров, консигнантов, а также брокерских фирм, даются примеры деятельности посредников на мировом и на российском рынках. В статье также освещаются принципы выбора посредников и варианты выплаты им вознаграждения за посреднические услуги. Права и обязанности посреднических фирм, действующих в сфере международной торговли также раскрываются в статье.

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность посреднические услуги, выход на рынок, агентские фирмы, комиссионеры, консигнационные операции, брокеры.

Intermediary activities in international trade

Y.A. Savinov,

*Doctor of Economic Sciences, Professor, Russian Foreign Trade Academy,
Department of foreign trade and international transactions - Professor,*

D. V. Rybets,

*Russian Foreign Trade Academy, Department of foreign trade and international transactions -
Professor*

Abstract

In the article, the authors consider the main forms of the use of intermediary services in the distribution of finished products on the global market, the specifics of using various intermediaries in the commodity markets, identify characteristics of intermediary activities of agency companies, commissioners, exporters, as well as brokerage firms. Some examples of intermediary activities in the world and Russian markets are presented. The article also highlights the principles of choosing intermediaries and options for paying them compensation for intermediary services. Rights and obligations of the intermediaries engaged in international trade are outlined in the article.

Keywords: foreign trade activity brokerage services, market access, agency firms picker, consignment transactions brokers.



ХАРАКТЕРИСТИКА И ЗНАЧЕНИЕ ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Торговое посредничество на внешнем рынке занимает весьма значительное место в мировой торговле. Экономическая необходимость и высокая эффективность торгово-посреднической деятельности как составного звена в международной торговле сырьем, машинами и оборудованием, готовыми изделиями, услугами, доказаны мировой практикой в сфере реализации и приобретения товаров зарубежных производителей, экспортеров и импортеров.

Многолетний опыт деятельности крупных, средних и малых предприятий и коммерческих организаций на внешнем рынке говорит о том, что конечный результат от привлечения посредников, осуществляющих связь производителей с потребителями товаров и услуг, значительно выше, чем организация производителем собственной сбытовой сети, т.к. в этом случае производителю для покрытия больших расходов по сбыту продукции пришлось бы повышать цену на свои товары и услуги, а это снижает конкурентоспособность товаров на мировом рынке.

Именно поэтому, десятки тысяч крупных и средних международных корпораций и компаний, осуществляя экспортно-импортные сделки, прямо или косвенно опираются на весьма многочисленные различные посреднические фирмы, а зачастую и на созданные ими дочерние предприятия, активно действующие в различных странах мира. Эти вопросы частично анализировались в журнале.¹

Весьма существенное место на мировом рынке занимают посреднические структуры в сфере торговли товарами массового потребительского спроса, они выполняют ключевую роль в доставке товаров конечному потребителю. Этим достигается главная цель современного маркетинга – в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка обеспечить потребителям нужный товар, в необходимом количестве (объеме), ассортименте, в нужном месте, в согласованные в договорах купли-продажи сроки. Велика роль торговых посредников также и в осуществлении внешнеторговых сделок при поставках на экспорт уникальных товаров или товаров специального назначения, когда на международном рынке действуют всего лишь несколько (2-3 производителя) и такое же количество потенциальных потребителей.

Мировой рынок – это сложный экономический механизм, успешная реализация товаров на котором возможна лишь тем компаниям, которые предлагают по-

¹ Рыбец Д.В., Савинов Ю.А., Босин Е.И. Некоторые особенности заключения контрактов по импорту комплектного оборудования в Россию // Российский внешнеэкономический вестник. 2013, №11. - С. 81-93. Рыбец Д.В., Савинов Ю.А. Современная практика исполнения внешнеторговых сделок // Российский внешнеэкономический вестник. 2012, №2. - С. 72-82., Савинов Ю.А. Использование посреднических услуг при организации продаж информационных технологий // Российский внешнеэкономический вестник. 2010, №9. - С. 14-26.



требителям товары и услуги высокого качества, обладают необходимыми знаниями и большим опытом коммерческой деятельности на рынке той или иной страны. Те компании (фирмы, общества), которые не располагают подобными возможностями, но намерены выйти на рынок третьей страны, предлагая свои товары, могут испытывать серьезные затруднения с продвижением своей продукции ввиду незнания рынка покупателя и поэтому вынуждены прибегать к помощи посредников.

По данным различных источников более половины мирового товарооборота реализуется через огромное количество посредников, к которым относятся независимые от изготовителей и потребителей товаров юридические лица (компании, фирмы, акционерные общества), участвующие в обращении товаров.

Для чего нужны посреднические внешнеторговые фирмы? Эти фирмы необходимы, прежде всего, потому, что у многих внешнеторговых организаций, занимающихся коммерческой деятельностью на внешнем рынке отсутствует опыт самостоятельного исследования рынка, поиска выгодных иностранных контрагентов, квалифицированного осуществления взаимных расчетов в валюте, четкого и юридически правильного формулирования условий контрактов на экспорт и импорт товаров и др.

Для выполнения внешнеторговых операций необходимы такие посредники, которые могут осуществлять маркетинговые исследования рынков, рекламировать и умело проводить презентации товаров, создавать в деловом мире благоприятное мнение об экспортерах, чьи интересы они представляют, информировать заблаговременно о международных торгах, организовывать встречи с потенциальными контрагентами, содействовать согласованию приемлемых условий контрактов для заинтересованных сторон и др. Такие посредники обычно не вкладывают больших средств в свою деятельность, но оплата их усилий должна полностью возместить затраты средств и справедливо оценить их уровень компетенций.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОСРЕДНИКОВ

Посредники – это юридические лица (коммерческие предприятия, компании, акционерные общества, ООО и др.) содействующие обращению товаров на внутреннем и внешнем рынках. Они содействуют совершению сделок купли-продажи, поставкам товаров и оказанию услуг, выполнению работ на условиях подряда, развитию арендных и лизинговых операций, обеспечению производственной и сбытовой кооперации, оказанию транспортно-логистических и страховых услуг.

Количество посредников в развитых странах достигает десятков и сотен тысяч зарегистрированных компаний и фирм, являются юридически независимыми от производителей товаров и потребителей и работают с производителями и покупателями на договорной основе.

Как правило, крупные производители и покупатели товаров зачастую создают свои дочерние предприятия, в которых они владеют контрольными пакетами

акций и на которые возложены те или иные посреднические функции на рынке, в интересах материнских компаний. И хотя посредники всегда взимают (получают) вознаграждение за свою деятельность, их привлечение дает экспортерам и импортерам неоспоримые преимущества и выгоды:

- Экспортеру зачастую экономически выгодно, вместо создания собственной сбытовой сети за рубежом, сотрудничать через посреднические фирмы, способные решить многие задачи по продвижению товаров в другие страны;

- посредники, действуя в определенном сегменте рынка тех или иных товаров, работ или услуг, быстрее могут найти потенциальных покупателей и продавцов товаров, заинтересованных в продаже или приобретении такой продукции;

- посредники, находясь постоянно в стране Экспортера или Импортера, изучая коммерческую среду, конъюнктуру цен, динамику спроса и предложения, могут заблаговременно ориентировать производителей о повышенном спросе или предложении на товары, что в конечном итоге может привести к заключению внешне-торговой сделки;

- за счет увеличения товарооборота по различным сделкам конкретные действия посредников могут снизить издержки обращения на единицу продукции, а также посредники:

- могут оказать содействие в организации транспортно-экспедиторских услуг;

- могут содействовать повышению конкурентоспособности товаров, сокращая сроки поставки товаров со своих складов в стране покупателя;

- использовать возможность активного проникновения товаров на рынки стран, где выход Экспортера напрямую (без посредников) чрезвычайно затруднен в силу монополизации рынка или по другим причинам;

Кроме содействия продвижению товаров в современных условиях посредники могут способствовать совершению сделок в области выполнения генподрядных работ, лизинговых сделок, транспортно-экспедиторских, страховых и др. услуг.

Основная цель привлечения посредников крупными компаниями-производителями и покупателями товаров – повышение экономической эффективности внешнеторговых сделок. Несмотря на расходы по оплате вознаграждения посредникам, экономическая эффективность сделок при участии посредников в их реализации повышается.

Вывод: В зависимости от условий договоров о посреднической деятельности, посредники осуществляют постоянный маркетинговый мониторинг соответствующего рынка, в ряде соглашений о посредничестве активно продвигают продукцию своих производителей и услуги в значительных объемах на рынки других стран, в других случаях, самостоятельно осуществляют операции по купле-перепродаже товаров или выполняют свои посреднические функции агентов на согласованных в договорах условиях. Виды посредников, основное содержание и условия договоров о посреднической деятельности.



Посредники делятся по национальной принадлежности и по функциональным задачам и обязанностям, вытекающим из соответствующих договоров. Исходя из этого, наиболее распространенные виды посреднической деятельности можно классифицировать в нижеследующем порядке:

- Комиссионные операции (на основе договоров комиссии),
- Агентские операции (на основе агентских соглашений),
- Консигнационные операции (на основе договоров о консигнации),
- Дистрибьюторские (дилерские) операции (на основе договоров о дистрибуции).

При выходе на внешние рынки целесообразно четко определить ключевые направления географии бизнеса, то есть выявить основные рынки, на которые продавцу следует обратить внимание. Самое первое, что должен сделать экспортер, – четко определить для себя рынки первоначального приоритета. Для этого нужно проанализировать объем потребления продукта в разрезе географических регионов, особенности его употребления, традиции. Затем поставить себе цели – чего он хотел бы достигнуть на конкретном рынке в конкретный промежуток времени, понять, какие ресурсы необходимо задействовать для их достижения и сопоставить все эти параметры со своими возможностями.

Очень важно не распыляться на проекты, а делать массированные компании и добиваться качественной дистрибуции в регионе. Слабая представленность товара сведет к нулю любые усилия маркетологов по продвижению бренда и ознакомлению с ним конечного потребителя. Например, компания-изготовитель водки «Хортица» в своей зарубежной деятельности определила 12 ключевых регионов: Россия, Молдова, Армения, Грузия, Азербайджан, Казахстан, Латвия, Эстония, Литва, Польша, США. И, несмотря на то что Израиль – относительно небольшая страна, ее также оценили как стратегически важный рынок.²

Соглашения о сбыте продукции через посредников широко применяются зарубежными компаниями при организации продаж в России. Так, например, сбытовая фирма AGCO-RM (совместное предприятие международного производителя сельскохозяйственной техники AGCO и российской корпорации «Русские машины», объединяющей машиностроительные активы промышленной группы «Базовый Элемент») объявила недавно о расширении дилерской сети в России. В 2016 году компания открыла на территории страны 8 новых дилерских центров. В 2016 году в дилерскую сеть AGCO-RM вошли компании «Матрикс Универсал» и ТД «Агромаркет», которые будут работать в Республике Башкортостан и Пермском крае. Оба региона являются зонами рискованного земледелия с непредсказуемым климатом, поэтому выбор AGCO-RM был сделан в пользу компаний, активно вовлеченных в аграрный бизнес и обладающих знанием местной специфики.

² Кузнецова Т. Ваш выход // <http://www.management.com.ua/strategy/str178.html?print>

Также в минувшем году были расширены зоны ответственности двух давних партнеров AGCO-RM: дилеров «Новатех» и «Кузница». «Новатех» открыла дилерские центры в Ставропольском крае и Оренбургской области, а «Кузница» расширила сеть в Кировской области. Обе компании успешно развивают многофилиальную структуру, предоставляют полный спектр услуг в регионах присутствия и предлагают комплексные решения под любые запросы сельхозпроизводителей. Дилеры AGCO-RM представлены в 59 регионах России, их зоны ответственности покрывают 94,4% рынка сельскохозяйственной техники. В России AGCO-RM сотрудничает с 13 компаниями, представленными 50 дилерскими центрами по всей стране. Среднее расстояние до покупателя составляет 250 км.

Ряд дилеров AGCO-RM в 2016 году увеличили присутствие в своих зонах ответственности. Так, «Сибирская сервисная компания» открыла новый дилерский центр на Дальнем Востоке в районе Уссурийска. Этот центр станет базой для обслуживания всего Приморского края, где активно развиваются как крупные агрохолдинги, так и частные фермеры.

Всего на территории России за 2016 год появились восемь новых дилерских центров AGCO-RM: «Новатех» (Ставропольский край и Оренбургская область), «Кузница» (Республика Мордовия и Кировская область), «Сибирская сервисная компания» (Приморский край), «АгроЦентрЗахарово» (Ярославская область), «Матрикс Универсал» (Республика Башкортостан) и «ТД Агромаркет» (Пермский край).

Партнеры в регионах организуют дилерские центры, мобильные сервисные мастерские, а также, при необходимости, – дополнительные точки обслуживания. В каждой точке дилерского присутствия доступны следующие услуги: консультация клиентов при покупке новой техники, оформление финансовых программ, сервисное обслуживание и возможность заказа запасных частей. В основных центрах организуются демонстрационные площадки с техникой, склады запчастей, ремонтные зоны, классы для обучения операторов и технического персонала.³

Каждый дилерский центр AGCO-RM является частью международной системы дилеров AGCO. При необходимости, сотрудники на точках продаж могут связаться с заводом-изготовителем, воспользоваться единой системой накопления и обмена знаний. Дилерам доступна информация о наличии запчастей на других складах, а система ежедневной доставки позволяет быстро поставить нужную деталь в любой регион. Всем покупателям AGCO-RM предлагаются программы розничного финансирования AGCO Finance, а также собственные программы дилеров по финансированию складских единиц техники и запчастей.

□ Брокерские операции (на основе брокерских соглашений).

³ AGCO-RM расширяет дилерскую сеть в России // http://www.mashportal.ru/company_news-44211.aspx



По договору комиссии комиссионер (посредник) работает на внешнем рынке по экспорту или импорту товаров производителя (собственника) от своего имени, но по поручению и за счет производителя (собственника), именуемого Комитентом.

Если российский производитель товаров желает продать товар за рубеж через Комиссионера, то он подписывает с одной из российских компаний, работающей на внешнем рынке, договор комиссии, в котором изложены права и обязанности Комитента и Комиссионера по продаже товаров, а Комиссионер заключает, в свою очередь, контракт на экспорт этих товаров в одну из стран, перенося все основные условия из Договора комиссии в контракт купли-продажи и несет полную юридическую и финансовую ответственность за его исполнение. Естественно, что при этом комиссионер получает свое комиссионное вознаграждение, (оговоренное в договоре комиссии) по мере получения средств от иностранного покупателя за поставленный товар.

Комиссионные поручения могут быть не только на продажи, но и на закупку товаров и осуществляться примерно аналогичным образом, только применительно к импорту. Комиссионное поручение импортера одной страны Комиссионеру другой страны на закупку определенной партии товара называется индент. Такой заказ в этом случае комиссионер размещает у одного из производителей своей страны.

Пример проведения внешнеторговой сделки купли-продажи в одну из зарубежных стран (на примере Индии) с привлечением российского Комиссионера (см. рисунок 1).

Рисунок 1

Схема использования услуг агентской фирмы при экспорте в Индию



Комиссионное вознаграждение оплачивается чаще всего в виде процентов от цены проданного товара, но может быть оговорено и в твердой фиксированной сумме. При этом следует понимать, что в международных сделках принято процентное вознаграждение оговаривать в зависимости от цены контракта, чем выше стоимость сделки, тем несколько ниже принимается уровень процентов т.к. абсолютная величина вознаграждения будет однозначно выше.

В последние годы расширяется практика создания специальных компаний, которые получили название «торговых домов». Это один из видов комиссионных фирм, часто создаваемых экспортеров на экспортных рынках. В апреле 2016 г. в Москве по инициативе «Деловой России» состоялось рабочее совещание на тему перспектив создания российских торговых домов в зарубежных странах с применением открытие 10 «пилотных» торговых домов в ряде стран, приоритетных с точки зрения развития государственной политики в сфере ВЭД. Одновременно идет формирование пула резидентов этих торговых домов.⁴

АГЕНТСКИЕ СОГЛАШЕНИЯ

Агентское соглашение состоит в том, что одна сторона, именуемая Принципалом, поручает независимой от нее другой стороне, именуемой Агентом, выполнять в интересах Принципала определенные действия и функции, связанные с продажей и закупкой товаров, оказанием услуг или выполнением работ в оговоренный период времени на оговоренной территории страны Экспортера или Импорттера от имени и за счет Принципала или в отдельных случаях (по доверенности) от своего имени, но за счет Принципала. Условие «От имени и за счет принципала» означает, что Агент исполняет обязанности, действия и функции на условиях, перечисленных в договоре и по мере их выполнения получает агентское вознаграждение, как правило, в процентах от цены совершаемых сделок. Говоря другими словами, Агент выполняет работу по продвижению товара на рынке его страны, осуществляет рекламные и маркетинговые исследования, подбирает потенциальных Покупателей, содействует организации и проведению переговоров по заключению сделок, но сами сделки подписывает Принципал.

Права и обязанности Принципала и Агента подробно излагаются в условиях Агентского соглашения, в которых действия Агента по продвижению товара или услуг отражены в соответствующих пределах, с точки зрения территории страны, на которой распространяются его права и оговаривается исключительное или простое (не исключительное) право, которым наделен Агент на период исполнения соглашения. Примерная схема взаимодействия российского производителя, желающего выйти на рынок КНР и китайского агента, действующего на территории своей страны, см. ниже:

⁴ В «ДР» разработают формат деятельности торговых домов РФ за рубежом на базе ГЧП // <http://vneshmarket.ru/NewsAM/NewsAMShow.asp?ID=319349>



Российские внешнеторговые компании и многие другие участники ВЭД в своей практической деятельности широко привлекают зарубежных агентов и других посредников на договорной основе для продвижения своих товаров, выполнения работ и оказания услуг, извлекая из этой деятельности немалую выгоду.

ДИСТРИБЬЮТОРСКИЕ (ДИЛЕРСКИЕ) ОПЕРАЦИИ

Операции по договорам о дистрибуции (или договорам о дилерской деятельности) иногда еще называют «Операции по перепродаже товаров» осуществляются торговыми посредниками (дистрибьюторами, дилерами) от своего имени и за свой счет.

Основное содержание договора дистрибуции заключается в том, что посредник-дистрибьютор (дилер) одной страны закупает товар за свой счет у Производителя товара другой страны, (получая его в собственность) и перепродает товар на рынке своей страны, т.е. работают на разнице цен между ценой, по которой куплен товар за рубежом и ценой, по которой продан товар в своей стране. Довольно часто дилер, заключая договор с иностранной компанией о продаже ее продукции, исходит из необходимости расширения номенклатуры продаваемых изделий. Так, например, российская компания «СТАНЭКСИМ» подписала дилерский договор с Барановичским станкостроительным заводом ЗАО «Атлант» (БСЗ «Атлант»). Данное соглашение предусматривает представление интересов БСЗ «Атлант» на территории России и Казахстана, а также продвижение и реализацию продукции предприятия. Линейка продукции Барановичского станкостроительного завода включает в себя транспортные системы для трубопрокатных производств, оборудование для раскроя металла, комплексы брикетирования стружки, устройства по переработке пластмасс, а также различные приспособления, инструмент и оснастку. Оборудование производства БСЗ «Атлант» найдет применение в комплексных решениях СТАНЭКСИМ и дополнит продуктовый портфель компании.⁵

Термин «дистрибьютор» (distributor) в переводе с английского означает «распределять, распространять», а «дилер» (dealer) – торговец.

Дистрибьюторы, как и дилеры, имеют тесные устоявшиеся связи с производителями (экспортерами) товаров, обязаны соблюдать по договору интересы производителей и действовать в рамках предоставленных им полномочий.

Например, в конце 2016 г. российская компания «Нанософт» объявила о подписании с компанией Mentor Graphics (США) дистрибьюторского договора о распро-

⁵ Компания СТАНЭКСИМ стала официальным дилером БСЗ «Атлант» // http://www.mashportal.ru/company_news-35604.aspx

странении программных продуктов PADS и HyperLynx в России и странах СНГ.⁶ Партнерство с Mentor Graphics соответствует стратегии российской компании в плане расширения дистрибутируемых программных решений и позволяет предлагать среднему и малому бизнесу единую платформу проектирования (ECAD-MCAD-PDM), полностью отвечающую современным требованиям при разработке инновационных продуктов.

Активно используют дистрибьюторские соглашения российские компании и при экспорте. Например, Челябинский тракторный завод подписал соглашение с перуанской компанией Vostok-Sur Export-Import, в рамках которого она будет представлять продукцию ЧТЗ в этой латиноамериканской стране. Договор предусматривает, что компания Vostok-Sur Export-Import, выполняющая функции дистрибьютора, займется продвижением дорожно-строительной техники завода на рынке Перу, будет обеспечивать гарантийное сопровождение и сервисное обслуживание машин. Бульдозеры из Челябинска в Южную Америку предполагается поставлять в морских контейнерах, что удешевит доставку и обеспечит сохранность техники при транспортировке. По прибытии контейнера в порт специалисты перуанской компании машину соберут, сделают предпродажную подготовку и передадут покупателю. В дальнейшем речь может идти о полноценной сборке машин в Перу с последующей локализацией – использованием отдельных комплектующих местного производства. Такая схема уже хорошо отработана челябинскими тракторостроителями в ходе поставок бульдозеров во Вьетнам, Индию и Индонезию. Второй договор заключен самим дистрибьютором при участии Челябинского тракторного завода с перуанским филиалом испанской компании Repsol, производителем технических масел. В Перу это крупнейший поставщик горюче-смазочных материалов, чьи фирменные АЗС расположены по всей стране. В соответствии с соглашением компания Repsol становится партнером и обязуется содействовать компании Vostok-Sur Export-Import в продвижении продукции. Взамен получит возможность расширения своего рынка сбыта: двигатели, трансмиссии, гидросистемы поставляемых в Перу тракторов будут заправляться только маслами Repsol. Причем работу по замене масел в ходе эксплуатации машин компания возьмет на себя.

⁶ PADS и HyperLynx – профессиональные масштабируемые программные решения для разработки, анализа и верификации печатных плат любой сложности. Включают в себя все необходимые инструменты, поддерживающие сквозной маршрут проектирования. Благодаря мощным функциональным возможностям, PADS и HyperLynx позволяют устранить ошибки на ранних стадиях проектирования, снизить затраты и значительно ускорить получение готового образца. // Компании «Нанософт» и Mentor Graphics подписали дистрибьюторский договор // http://www.mashportal.ru/company_news-44022.aspx



Третье соглашение достигнуто с компанией Senati, владеющей частной сетью профтехобразования по всей стране. Здесь готовят квалифицированных рабочих и техников по заказу различных фирм. Договор, который компания Vostok-Sur Export-Import подписала с колледжем в Пиуре, предусматривает: техника ЧТЗ будет задействована в учебном процессе, чтобы учащиеся могли на практике познакомиться с ее устройством и особенностями эксплуатации. Колледж, в свою очередь, предоставит площади и оборудование, необходимые для сборки машин. Собирать первые поставленные в Перу бульдозеры будет бригада, сформированная из студентов колледжа, будущих механиков, под руководством опытного инженера, командированного из Челябинска. Ему же предстоит прочесть курс лекций по устройству и обслуживанию тракторов.

По приглашению компании Vostok-Sur Export-Import в Перу для переговоров и подписания соглашений ездил представитель руководства ЧТЗ В. Клейн, начальник отдела продаж в страны дальнего зарубежья экспортной службы предприятия. В бизнес-центре Пиуры состоялась презентация завода и его дилера. На нее приехали около 60 участников, в том числе представители горнодобывающих предприятий, строители, дорожники, а также специалисты из министерства обороны и местного аналога МЧС. Принял участие в презентации и советник по экономическим вопросам посла России в Перу С. Серенко. О ее итогах он доложил руководству, после чего посол отметил, что российское предприятие самостоятельно сумело найти партнера в далекой стране. Как заверил С. Серенко, посольство готово оказывать содействие в продвижении продукции предприятия на местном рынке.⁷

Ориентировочные обязательства посредника - дистрибьютора (дилера) по договору можно обозначить так:

- проводить собственное исследование конъюнктуры рынка в своей стране с целью правильного выбора номенклатуры (перечня) товаров и их характеристик (моделей);

- несение всех рисков сохранности, порчи или утраты закупаемых товаров, а также рисков по полученным кредитам и кредитам, предоставленным различным покупателям;

- обязательства об объемах (количестве) импорта товара в течение года (с разбивкой по кварталам, месяцам), включая минимальный оборот товара;

- обязательства об импорте по определенным ценам, с оговоркой о возможной их совместной корректировке в зависимости от конъюнктуры рынка;

- обязательства дистрибьютора о не конкуренции (с аналогичным товаром других производителей);

- осуществление рекламных акций и распределении расходов на эти цели между Поставщиком и дистрибьютором;

⁷ Челябинские тракторы поедут в Южную Америку // http://www.mashportal.ru/company_news-41068.aspx

□ организация технического обслуживания машин и оборудования в гарантийный и послегарантийный периоды, создание склада запчастей и поддержание запасов на соответствующем уровне;

□ предоставление регулярной информации Поставщику товаров о состоянии конъюнктуры рынка (динамики спроса и предложения), ходе реализации товаров, деятельности конкурентов на рынке дистрибьютора и др.

Экспортеры имеют возможность через дистрибьюторов и дилеров контролировать объемы товаров на складах, ценообразование на рынке, финансовое положение дистрибьюторов.

Поставщики товаров в договорах дистрибуции оговаривают права дистрибьюторов и дилеров по реализации продукции в их странах.

Нередко они предоставляют дистрибьюторам и дилерам исключительное право (монопольное) на куплю и перепродажу товаров, что означает для дистрибьютора представлять товары данного Поставщика только ему одному конкретному дистрибьютору или дилеру в рамках полномочий по договору.

В дополнение к этому, оговаривается вся территория страны или конкретная ее часть, на которой дистрибьютор обязан осуществлять свою деятельность в рамках предоставленного ему исключительного права. Для стран, располагающихся на очень крупных территориях, может быть несколько дистрибьюторов, которые действуют каждый на своей территории по региональному признаку.

Большинство малых и средних предприятий (МСП) при выходе на внешний рынок полагаются услуги на агентов и дистрибьюторов. Однако в подписываемых договорах довольно часто различие между функциями агентов и дистрибьюторов остаются размытыми и варьируются в разных странах и отраслях промышленности. Однако именно различия в правах и наборе обязательств являются весьма важными. Действительно, выбор правильного и надежного торгового партнера (будь то агент или дистрибьютор) и убеждение, что он возьмет на себя решение всех ожидаемых проблем деятельности, является одним из ключевых факторов успеха на международных рынках. Таким образом, в контракте необходимо очень четко подтвердить права и обязанности сторон. Поэтому ниже указываются четыре основные различия между функциями агентов и дистрибьюторов:

1. Различие в отношении права собственности на товары. Агентские фирмы не принимают на себя собственность на товар и не берут ответственность за него. Они выполняют роль представителя поставщика на внешнем рынке, который может быть изготовителем этих товаров или провайдером услуг. В то же время дистрибьюторы приобретают товары и перепродают их другим торговцам, в том числе розничным, или конечным потребителям. В дополнение к этой роли, они как правило, обеспечивают поддержку и послепродажное обслуживание товаров.

2. Различия в источниках дохода. Услуги агентской компании оплачиваются экспортером в зависимости от объема продаж. Комиссионные дистрибьютора определяются разницей в цене покупки и продажи товаров.



3. Различия в выполняемых функциях. Заказы клиентов приходят к экспортеру через агента, но затем необходимо заключить контракт и доставить товар покупателю, выслать ему счет-фактуру и проконтролировать поступление платежей непосредственно от клиентов. Агентские компании занимаются в основном сбытовой деятельностью и развитием сети продаж. Дистрибьюторы заботятся о том, чтобы запас товаров на складе не снижался ниже определенного уровня. Они предоставляют кредиты для клиентов, помогают оплачивать и осуществлять маркетинг и продвижение товаров за рубежом. В целом, они несут большую часть рыночных рисков и предоставляют больше услуг, чем агентские фирмы, поэтому размер комиссионных дистрибьюторам, как правило, выше, чем гонорары агентским компаниям.

4. Различия в рисках. Агентские компании, как правило, имеют меньший ассортимент товаров, чем дистрибьюторы, поскольку они обычно имеют небольшие объемы реализации. Это означает, что они могут обеспечить больше внимания сбыту своей продукции. Для экспортера в этом случае легче обеспечить обучение партнеров и контролировать выполнение ими своих обязательств. Большинство дистрибьюторов представляет и продает различные товары, а иногда и одинаковые товары различных фирм. Вследствие этого экспортеру весьма трудно вести контроль за их деятельностью.⁸

Использование услуг агентских компаний и дистрибьюторов имеет свои положительные и негативные аспекты и только наличие опыта и специфика продаваемых товаров могут определить выбор в пользу того или иного вида партнера.

КОНСИГНАЦИОННЫЕ СДЕЛКИ

Разновидностью комиссионной операции является получившая широкое распространение операция консигнации, которая осуществляется на основе Договора консигнации. Сторонами Договора являются Консигнант (производитель, собственник товара) и Консигнатор (посредник).

В соответствии с договором консигнатор обязуется по поручению консигнанта в течение оговоренного периода времени за обусловленное вознаграждение демонстрировать и продавать от своего имени, но за счет консигнанта товары производителя, поставленные в страну консигнатора на консигнационный склад. В таких случаях действия консигнанта и консигнатора, их права и обязанности по договору во многом совпадают с действиями Комиссионера и Комитента по договору комиссии, что и дает основания говорить о договоре консигнации, как о разновидности договора Комиссии. Применительно к внешнеторговым сделкам консигнант находится территориально (как правило) в стране Экспортера, а консигнатор в стране Импортера.

⁸ 4 key differences between trade agents and distributors// <http://therightsocialmedia.novetur.com/international-trade-2/4-key-differences-trade-agents-and-distributors/>

Характер сделки заключается в том, что консигнант поставляет товар в страну консигнатора на арендованный склад или находящийся в собственности консигнатора по согласованной в договоре номенклатуре или спецификации товаров, а консигнатор обязуется продавать потребителям на местном рынке эти товары по согласованным в договоре ценам от своего имени, но за вознаграждение, получаемое в процентах от суммы проданных товаров. В период действия договора консигнации консигнант остается собственником товара до тех пор, пока товар находится на складе.

На консигнацию нередко поставляют товары массового спроса, возможно также узлы, детали, вспомогательные приспособления к машинам и оборудованию в т. ч. запасные части в случаях, если компания до этого уже продала в страну консигнатора несколько крупных партий машин и оборудования производственного назначения.

Договор консигнации не регулируется российским законодательством, поэтому при формировании условий договора консигнации и возникающие при этом правоотношения Сторон следует рассматривать по аналогии с Договором комиссии.

В договоре фиксируются минимальные цены, ниже которых консигнант не имеет права продавать товар без письменного согласия консигнанта, а также Стороны оговаривают размер вознаграждения посреднику-консигнатору в виде определенного процента от стоимости проданных товаров или в виде разницы цен между ценой, назначенной консигнантом и более высокой ценой, по которой консигнатор фактически продал товар.

После окончания сроков действия договора консигнации возникает вопрос, что делать, если на складе оказалась значительная часть нереализованного товара, и нет никаких перспектив его реализации по прямому назначению и по ценам не в убыток консигнанту?

□ нереализованные товары могут быть возвращены консигнанту в страну экспортера, но при этом консигнант несет значительные расходы по (возврату) транспортировке их в свою страну, что для консигнанта весьма накладно и не всегда оправдано. Такая консигнация называется возвратной;

□ нереализованные в течение срока договора товары консигнатор может выкупить в собственность на основании нового договора купли-продажи, но это не всегда устраивает консигнатора т. к. перспективы сбыта продукции не ясны и товар может превратиться в неликвиды, что не устраивает консигнатора. Такая консигнация называется безвозвратной;

□ остаток нереализованной продукции может быть разделен по договоренности на две части, из которых одна выкупается консигнатором, а другая возвращается в страну консигнанта, т.е. завершение сделки происходит на паритетных началах и в определенной мере может устраивать как консигнанта, так и консигнатора.



Такая консигнация называется частично-возвратной, и она в большей мере отражает интересы обеих сторон и поэтому получила более широкое распространение.

Согласно договорам о консигнации распределение обязанностей между Сторонами осуществляется примерно в следующем порядке:

Обязанности консигнатора:

подготовка помещения для склада, наем местного персонала, получение импортных лицензий для ввоза товара;

обеспечение сохранности и качества товаров на складе;

оплата всех возникающих расходов, включая налоги, сборы, импортные пошлины, если выполнение этих функций возложено на консигнатора по договору;

обеспечение рекламных действий и презентаций, связанных с реализацией товара со склада;

предоставление периодической отчетности консигнанту о реализации товаров за истекший период, остатках товара на складе и возможных изменениях спроса на товар.

Обязанности консигнанта:

поставить товар на склад в страну консигнатора;

нести расходы по аренде склада (в случае если склад арендован);

по мере реализации товара со склада, своевременно выплачивать вознаграждение консигнатору в процентах от суммы реализованных товаров или на других согласованных условиях.

Дилеры – более мелкие оптовые торговцы, которые действуют на условиях, аналогичных дистрибьюторским и с теми же правами. Они зачастую закупают небольшие партии товаров у крупных дистрибьюторов, перепродавая товар в небольших региональных центрах и действуют сугубо от своего имени и за свой счет.

Нередко, крупные поставщики (производители) товаров создают свою собственную разветвленную дилерскую сеть напрямую в т. ч. и через дочерние компании, минуя дистрибьюторов, с целью расширения рынка сбыта своих товаров, особенно в условиях благоприятной конъюнктуры, когда товар пользуется повышенным спросом. Схему деятельности дистрибьютора на территории РФ см. на рисунке 2.

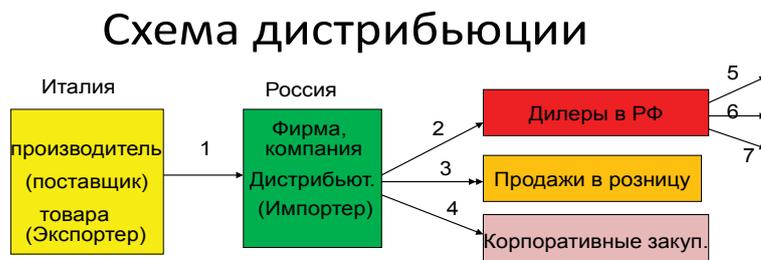
Наряду с дистрибьюторами и дилерами, на рынке любой страны действуют посредники по перепродаже товаров, которых называют купцами. Они покупают самостоятельно товары у иностранных производителей по договору купли-продажи и реализуют их по своему усмотрению на любом рынке по цене, которую устанавливают сами. Отношения между купцами и производителями прекращаются после выполнения обязательств по договору купли-продажи.

Примерно по такому принципу работают «Торговые Дома» – крупные, зачастую многопрофильные посреднические компании, покупающие за рубежом зна-

чительные объемы различных по назначению товаров и перепродающие их оптом и в розницу на рынке своей страны.

Рисунок 2

Схема использования услуг дистрибьютора



1. Договор дистрибуции, в соответствии с которым российская компания (импортер) покупает товар у итальянской фирмы от своего имени и за свой счет.
- 2.,3.,4.-дистрибьютор продает в РФ товары мелким дилерам, физ.лицам, корпоративным клиентам по ценам, устанавливаемым самостоятельно в зависимости от конъюнктуры рынка.
- 5.6.7.- продажа товаров дилером в розницу

БРОКЕРСКИЕ ОПЕРАЦИИ

Брокерская деятельность состоит в том, что она направлена на выявление и привлечение интереса двух сторон, чаще всего Продавца и Покупателя, для реализации определенной сделки купли-продажи товаров или услуг, инициирование между сторонами переговорного процесса, направленного на заключение сделки. Брокер не является стороной договора купли-продажи и выступает исключительно с целью привлечь стороны к пониманию необходимости осуществить весьма выгодные сделки.

Брокер действует по отдельным поручениям клиентов, которые наделили его (брокера) специальными функциями (полномочиями). Иногда в качестве посредников выступают два брокера – по поручению продавца и покупателя.

Естественно, брокер обязан отчитываться о проделанной работе перед клиентом и получает свое вознаграждение за оказанные услуги.

На товарных рынках различают два вида брокеров:

□ биржевые брокеры, действующие на товарных биржах при оформлении сделок, работают исключительно в интересах клиентов и за счет клиентов (продавцов



и покупателей биржевых товаров). За посредническую деятельность биржевые брокеры получают вознаграждение от своих клиентов, размер которого устанавливается регламентом биржи;

брокеры, работающие на обычных товарных рынках и специализируются на внешнеторговых операциях по договорам купли-продажи и по определенной номенклатуре товаров. Такие брокеры зачастую объединяются в Ассоциации, могут участвовать в разработке типовых контрактов, оказывают посреднические услуги как по подготовке контрактов, так и по их исполнению.

Выводы и рекомендации участникам ВЭД по подбору посредников для успешного ведения внешнеторговых операций.

При заключении Соглашений о посреднической деятельности Сторонам необходимо учитывать риски как коммерческого характера, так и риски, возникающие в результате действия обстоятельств форс-мажорного характера. К таким рискам относятся прежде всего:

- риски, связанные с транспортировкой товара;
- риски полной или частичной неоплаты товара, или задержки в оплате;
- риски, связанные с соответствием качества товара условиям контракта;
- риски колебания валютных курсов,
- инвестиционные риски;
- риски действия обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажора).
- правовые риски.

Выбор фирмы-посредника (комиссионера, агента, дистрибьютора и др.) – это весьма важная и ответственная задача для поставщика, комитента, принципала, при этом необходимо обращать внимание на нижеследующие вопросы:

- опыт работы потенциального посредника в данном сегменте рынка;
- изучить репутацию и деловой имидж фирмы на рынке его страны;
- уровень платежеспособности фирмы-посредника;
- с какими фирмами, потенциальными конкурентами, работает посредник в настоящий момент на данном рынке;
- в каком сегменте рынка данный посредник работает весьма успешно;
- имеет ли возможность данный посредник участвовать в оказании дополнительных услуг, связанных с сортировкой, упаковкой, складированием и транспортировкой товара на местном рынке.

Рассматривая вопрос о привлечении торгового посредника, производитель (поставщик товара) всегда должен четко оценивать для себя возможную экономическую (финансовую) выгоду, по сравнению с той, которую он может получить при самостоятельном выходе на рынок данной страны.

Оценивая роль и значение посредников на внешнем рынке, следует иметь в виду, что они практически незаменимы при их привлечении к организации и проведению международных торгов (тендеров) на осуществление крупных инвести-

ционных проектов по созданию, реконструкции и модернизации действующих производственных предприятий и объектов инфраструктуры, включая передачу лицензий и ноу-хау.

Права, предоставляемые производителями, поставщиками товаров посредникам:

□ «исключительное» (монопольное) право предоставляется посреднику в течение оговоренного в соглашении периода сбывать (продавать) или содействовать сбыту товар на конкретной территории страны импортера или экспортера, при этом экспортер лишает себя права продавать самостоятельно или через других посредников этот же товар на этой территории в течение оговоренного срока;

□ неисключительное право позволяет работать на рынке не только одному посреднику по договору, но и другим посредникам в т.ч. и самому экспортеру. Тогда экспортер (поставщик), работая с несколькими посредниками, имеет возможность оценить деятельность каждого из них и сделать не только свои выводы, но и скорректировать свои действия на перспективу.

Все вопросы по установлению ценовых пределов на товары и уровню вознаграждения посредников, независимо от форм деятельности посредника, а, следовательно, и функции посредников должны быть максимально конкретно (подробно) изложены в договорах (соглашениях) о посреднической деятельности, во избежание недоразумений, связанных выполнением обязательств по договору и выплатой соответствующих вознаграждений.

При решении вопроса о привлечении посредника следует руководствоваться тем, что основная цель привлечения посредников во внешнеторговой деятельности – повышение экономической целесообразности и эффективности внешнеторговых сделок.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Федеральный Закон РФ «Об Основах регулирования внешнеторговой деятельности» N 164 от 08 декабря 2003 г. (Federal'nyj Zakon RF «Ob Osnovah regulirovanija vnesnnetorgovoj dejatel'nosti» N 164 ot 08 dekabnja 2003 g.)

Организация и техника внешнеэкономических операций. Учебник для студентов ВАВТ. Под ред. Холопова К.В. и Савинова Ю.А. М.: ВАВТ, 2016. - 360 с. (Organizacija i tehnika vnesnnejeekonomičeskijh operacij. Učebnik dlja studentov VAVT. Pod red. Holopova K.V. i Savinova Ju.A. M.: VAVT, 2016. - 360 s.)

В «ДР» разработают формат деятельности торговых домов РФ за рубежом на базе ГЧП // <http://vnesnmarket.ru/NewsAM/NewsAMShow.asp?ID=319349> (V «DR» razrobotajut format dejatel'nosti torgovyh domov RF za rubezhom na baze GChP)

Компании «Нанософт» и Mentor Graphics подписали дистрибьюторский договор // http://www.mashportal.ru/company_news-44022.aspx (Kompanii «Nanosoft» i Mentor Graphics podpisali distrib'jutorskij dogovor)



Рыбец Д.В., Савинов Ю.А. Практика исполнения внешнеторговых сделок в России // Российский внешнеэкономический вестник. 2006, №11. С. 28-38 (Rybec D.V., Savinov Ju.A. Praktika ispolnenija vneshnetorgovyh sdelok v Rossii // Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2006, №11. S. 28-38)

Рыбец Д.В., Савинов Ю.А. Современная практика исполнения внешнеторговых сделок // Российский внешнеэкономический вестник. 2012, №2. - С. 72-82 (Rybec D.V., Savinov Ju.A. Sovremennaja praktika ispolnenija vneshnetorgovyh sdelok // Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2012, №2. - S. 72-82)

Рыбец Д.В., Савинов Ю.А., Босин Е.И. Некоторые особенности заключения контрактов по импорту комплектного оборудования в Россию // Российский внешнеэкономический вестник. 2013, №11. - С. 81-93 (Rybec D.V., Savinov Ju.A., Bosin E.I. Nekotorye osobennosti zakljuchenija kontraktov po importu komplektnogo oborudovanija v Rossiju // Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2013, №11. - S. 81-93)

Савинов Ю.А. Использование посреднических услуг при организации продаж информационных технологий // Российский внешнеэкономический вестник. 2010, №9. - С. 14-26 (Savinov Ju.A. Ispol'zovanie posrednicheskikh uslug pri organizacii prodazh informacionnyh tehnologij // Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2010, №9. - S. 14-26)

«Технодинамика» рассказала о методах выхода на международные рынки на форуме «Открытые инновации» // http://www.mashportal.ru/company_news-43721.aspx («Tehnodinamika» rasskazala o metodah vyhoda na mezhdunarodnye rynki na forume «Otkrytye innovacii»)

Тракторы ЧТЗ помогут обучению механиков из Латинской Америки // http://www.mashportal.ru/company_news-43467.aspx (Traktory ChTZ pomogut obucheniju mehanikov iz Latinskoj Ameriki)

Growing When Your Industry Doesn't // <http://www.strategy-business.com/article/00251?pg=all>

