РЕФЕРАТ

по предмету: «Внешняя экономическая деятельность»

на тему: Виды посредников в международной торговле

2010 г.

Содержание

1.Понятие и сущность посредников.

2.Целесообразность использования посредников.

3.Виды посредников.

4.Договор комиссии.

5.Договор консигнации.

6.Простые и сбытовые посредники.

Вывод.

1. Понятие и сущность посредников

Посредники – это лица и фирмы, содействующие обращению товаров и услуг на внутренних и внешних рынках. Они способствуют совершению сделок купли-продажи, поставки, подряда, 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.

1. Целесообразность использования посредников

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.

1. Виды посредников

посредник договор комиссия надбавка

В соответствии с положениями ГК РФ 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 (ст. 184 ГК РФ);
* 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 (гл. 51 ГК РФ);
* 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 (гл. 49 ГК РФ);
* 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 (гл. 52 ГК РФ);
* дистрибьюторы – оптовые торговцы, которые в рамках дистрибьюторских договоров сбывают товары продавцов путем заключения ими контрактов купли-продажи.

В ГК РФ отношения дистрибьюторов и продавцов не регулируются, однако Международная торговая палата (г. Париж) разработала типовой дистрибьюторский контракт (Публикация № 518). В связи с широким распространением дистрибьюторских отношений в российской и международной торговле положения типового дистрибьюторского контракта положены в разработку соответствующего раздела элемента.

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.

1. Договор комиссии

Посредник-комиссионер действует на рынке от своего имени, но за счет продавца (комитента). По поручениям комитента посредник-комиссионер находит на рынке покупателей, проводит самостоятельно с ними переговоры, и с тем, кто предложит наиболее выгодные условия, сам заключает от своего имени, но за счет комитента контракт купли-продажи. «От своего имени» означает, что сам комиссионер становится стороной контракта купли-продажи и несет всю ответственность перед покупателем за выполнение обязательств по этому контракту; «за счет комитента» – что так же, как и в соглашении с посредником-поверенным, комитент (продавец) финансирует операцию от производства или приобретения товаров до получения от комиссионера выручки за проданный товар.

Поскольку комиссионер работает за счет комитента, то комитент, как и в соглашении с посредником, устанавливает пределы полномочий комиссионера.

Кроме перечисленных обязанностей по нахождению покупателей или продавцов, заключению с ними контрактов купли-продажи в пределах установленных комитентом полномочий и извещению комитента о допущенных от них отступлениях, комиссионные соглашения обычно содержат широкий круг обязанностей комиссионера, в том числе любые из обязательств, Комиссионер обязан исполнить поручение комитента на наиболее выгодных для него условиях. Если комиссионер закупил товары по более высокой цене, чем было установлено комитентом, последний может в разумный срок отказаться от принятия товара, в противном случае он должен будет принять и оплатить разницу.

Если в соглашении не установлен срок его действия, то комитент имеет право в любой момент отказаться от поручения, если срок указан – предупредить комиссионера не менее, чем за 30 дней. В любом случае комитент обязан возместить комиссионеру убытки и выплатить ему вознаграждение за заключенные до этого времени сделки.

Комитент обязан выплачивать комиссионеру вознаграждение в соответствии с принципами, изложенными в разделе 9.3.6, с учетом перечня и характера обязательств, содержащихся в комиссионном соглашении, а также принимая во внимание условия рынка, особенности товара и его конкурентоспособность.

В тех случаях, когда договор комиссии не был исполнен по причинам, зависящим от комитента, комиссионер сохраняет право на комиссионное вознаграждение или на возмещение понесенных расходов.

1. Договор консигнации

По консигнационному соглашению консигнант поставляет партию товаров на склад консигнатора, который распродает ее по частям, заключая от своего имени и за счет консигнанта контракты купли-продажи.

Договор консигнации является разновидностью договора комиссии. Имеет следующие особенности:

1) консигнационные соглашения заключаются только на сбыт товаров;

2) консигнационные соглашения заключаются на сбыт относительно крупных партий товаров;

3) консигнационные соглашения заключаются на определенный срок;

4) платежи за реализованные на рынке товары переводятся консигнатором консигнанту после получения выручки от покупателей в установленные промежутки времени (раз в месяц, раз в квартал);

5) консигнационные соглашения обычно предусматривают право консигнатора вернуть консигнанту за счет последнего товары, не проданные в течение установленного периода реализации.

Например, если к окончанию срока консигнации из поставленных 1000 компьютеров оказались проданными только 700, то консигнатор имеет право вернуть консигнанту за его счет 300 компьютеров. Такое условие включается в соглашение для того, чтобы консигнант не завышал минимально допустимые цены или общую сумму выручки, снижая тем самым конкурентоспособность товара.

Принципы установления вознаграждения консигнатору аналогичны тем, которые были рекомендованы для комиссионеров. В основную часть вознаграждения обычно входит возмещение затрат консигнаторов на содержание склада, поиск покупателей, заключение с ними контрактов, осуществление поставки товаров и рекламную деятельность, а также обеспечение получения прибыли.

Если в обязанности консигнатора входит проведение маркетинговых исследований рынка новых товаров, целевых рекламных кампаний, предпродажной доработки и гарантийного обслуживания готовой продукции, то можно рекомендовать заключение на эти работы отдельных договоров с расчетами по системе «стоимость плюс вознаграждение».

1. Простые и сбытовые посредники

Простые посредники - торговые фирмы, лица и организации, способствующие заключению договоров, но сами не участвующие в их выполнении. Брокеры или брокерские фирмы - подыскивают и сводят заинтересованных продавцов и покупателей, но не вкладывают своих средств в выполнение сделок, не фигурируют в договорах купли-продажи как сторона.

Проводят исследование рынка, информируют о тенденциях развития товаров и рынков, встречают и обеспечивают представителей и их товар помещением и транспортом, организовывают деловые встречи с контрагентами, осуществляют рекламу, информируют о предстоящих крупных закупках, торгах.

Заключают соглашение о посредничестве (договор), по которому обязуются искать покупателей или потребителей; способствовать заключению сделок.

Сбытовые посредники - независимые торговые фирмы, занимающиеся сбытом товаров. (Купцы, перекупщики, дистрибьюторы).

Заключают договора купли-продажи от своего имени, как с продавцами, так и с покупателями (самостоятельно). Изучают конъюнктуру рынка. Делают рекламу товара и производителя, содержат склады запасов товара, выполняют предпродажный сервис и предпродажную доработку товара, создают стабильную сбытовую сеть, в которой могут быть дистрибьюторы по регионам, конечные продавцы (дилеры). Обеспечивают техническое обслуживание продукции во всех звеньях, несут ответственность за все виды рисков (порчу, утрату приобретенного товара и т. п.), сами назначают цену, сами отвечают за риски по кредитам покупателей.

Сбытовые посредники от своего имени заключают договоры купли-продажи как с покупателями, так и с продавцами. Связаны с производителями длительным сотрудничеством на основе соглашения. Эти соглашения включают: перечень сбываемых товаров, условия работы дистрибьютора на рынке, обязанности по годовым объемам сбыта.

Вывод

Посреднические соглашения, так же как и другие виды долгосрочных коммерческих контрактов и соглашений, состоят из двух частей: рамочного контракта или соглашения, определяющего общие права и обязанности сторон, и дополнений к нему, в которых содержатся конкретные поручения по продаже, закупке товаров или предоставлению разного рода услуг. Такая структура посреднических соглашений значительно упрощает отношения сторон и делает их более экономичными и оперативными.

По мере развития в России цивилизованных коммерческих отношений вместо криминализованных посреднических структур, снижающих эффективность внешнеторговых операций, образуется оптимальная система специализированных посредников, действительно способствующая снижению издержек на обращение товаров и услуг.