

**Секция «5. Бухгалтерский учет, анализ, аудит и статистика:
состояние, проблемы, перспективы»**

Агентский договор в сфере рекламных услуг

Сёмик Оксана Сергеевна

Аспирант

Финансовый университет при Правительстве РФ, Экономический факультет,

Москва, Россия

E-mail: oks2609@gmail.com

Научный руководитель

д.э.н, профессор Кришталева Таисия Ивановна

Современные условия деятельности организаций создают основу развития особого вида предпринимательской деятельности – посредничества, осуществляемой в интересах другого лица, направленной на расширение рынков сбыта, снижения затрат, создание эффективного механизма налогового планирования.

Подобные действия наблюдаются в отношении работ и услуг. Такая деятельность позволяет организациям экономить собственные ресурсы (как трудовые, так и финансовые) и не отвлекаться на поиск потенциальных партнеров для решения тех или иных задач.

Несмотря на широкое распространение посредничества, такой вид деятельности не выделен в ОКВЭД в качестве самостоятельного вида, а квалифицирован как вспомогательная деятельность по отношению к сфере, в которой действует посредник.

Имеется значительная специфика гражданско – правового регулирования, учета и контроля посреднической деятельности, в частности, в сфере рекламных услуг.

В современных условиях оказание рекламных услуг играет ключевую роль в развитии рыночной экономики и является её одним из важных элементов. Работа рекламных организаций как самостоятельных хозяйствующих субъектов в российской экономике связана с развитием рыночных отношений и усилением конкуренции между товаропроизводителями. Между тем, компании рекламного рынка обладают значительной спецификой как в гражданско-правовом регулировании, так и в процессе организации рекламной деятельности.

Основу гражданского законодательства посреднических операций составляют следующие главы ГК РФ: Глава 49 «Поручение», Глава 51 «Комиссия», Глава 52 «Агентирование».

Эти главы предусматривают оформление посреднических отношений путем заключения договоров комиссии, поручения и агентского договора.

В сфере рекламных услуг получил распространение агентский договор.

В соответствии со ст. 1005 ГК РФ по агентскому договору (договору агентирования) одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала, приобретает права и становится обязанным агент, хотя бы принципал и был

назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

По сделке же, совершенной агентом с третьим лицом от имени и за счет принципала, права и обязанности возникают непосредственно у принципала.

Как следует из ст. 1011 ГК РФ, к вытекающим из агентского договора отношениям соответственно применяются правила главы 49 или главы 51 ГК РФ в зависимости от того, действует агент по условиям этого договора от имени принципала или от своего имени.

Таким образом, договор агентирования может основываться на модели договора комиссии, если агент совершает действия от своего имени, или на модели договора поручения, если агент совершает действия от имени заказчика. Следовательно, агентский договор сочетает в себе элементы договора комиссии или договора поручения.

Агентский договор может быть заключен на определенный срок или без указания срока его действия.

Во всех случаях агент действует за счет принципала. Поэтому, в его обязанности входит представление сведений о произведенных по договору расходах, подтверждение их необходимости и надлежащего документального оформления.

О ходе выполнения поручения принципала агент обязан сообщать посредством оформления и представления актов – отчетов агента. При этом порядок и сроки представления отчетов определяются условиями заключенного сторонами договора агентирования.

Если порядок и (или) сроки представления отчетов договором не обговорены, то агенту следует в соответствии с п. 1 ст. 1008 ГК РФ представлять отчеты по мере исполнения им договора либо по окончании действия договора.

Если договором не оговорено иное, к отчету агента должны прилагаться документы, подтверждающие произведенные посредником за счет заказчика расходы.

Принципалу необходимо рассмотреть полученный от агента отчет в течение не свыше 30 дней со дня его получения. В случае наличия возражений по отчету заказчик должен сообщить о них исполнителю в вышеуказанный срок. Если возражения по отчету в установленный законом или договором срок заказчиком не представлены, отчет считается принятым (п. 3 ст. 1008 ГК РФ).

За оказание посреднических услуг агент получает агентское вознаграждение в размере и в порядке, установленных в договоре (ст. 1006 ГК РФ). Если в агентском договоре размер вознаграждения не предусмотрен и он не может быть определен исходя из условий договора, вознаграждение уплачивается в размере, определяемом в соответствии с п. 3 ст. 424 ГК РФ, а именно по цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные услуги.

В отдельном порядке стороны определяют порядок выплаты агентского соглашения. Если условия выплаты соответствующих сумм в договоре не отражены, принципал обязан уплатить вознаграждение в течение недели с момента представления ему агентом отчета за прошедший период, если только из существа договора или обычаев делового оборота не вытекает иной порядок уплаты вознаграждения.

Наряду с выплатой вознаграждения на принципала возлагается обязанность возместить расходы, понесенные агентом при исполнении поручения. Если иное не предусмотрено договором, вышеприведенные расходы возмещаются агенту в порядке и в сроки, схожие с выплатой посреднического вознаграждения.

Заключенным сторонами договором агентирования могут быть предусмотрены некоторые обязательства, ограничивающие права принципала:

– обязательство принципала не заключать аналогичных агентских договоров с другими агентами, действующими на определенной в договоре территории, либо воздержаться от осуществления на этой территории самостоятельной деятельности, аналогичной деятельности, составляющей предмет агентского договора;

– обязательство агента не заключать с другими принципалами аналогичных агентских договоров, которые должны исполняться на территории, полностью или частично совпадающей с территорией, указанной в договоре.

В договоре не могут быть закреплены условия, предписывающие агенту осуществлять продажу товаров (выполнять работы, оказывать услуги) исключительно определенной категории покупателей (заказчиков) либо исключительно покупателям (заказчикам), имеющим место нахождения или место жительства на определенной в договоре территории.

Для реализации поручения и своих обязательств по нему агент вправе заключить субагентский договор с другим лицом. При этом ограничения на заключение субагентских договоров могут предусматриваться договором между принципалом и агентом, и агент будет вынужден в данном случае выполнять обязательства по договору агентирования исключительно своими силами.

Принципал имеет право требовать от агента заключения субагентского договора на определенных условиях. Согласно общему правилу субагент не имеет права заключать по договору, заключенному с агентом, сделки от имени лица, выступающего в качестве принципала по агентскому договору.

Исключение составляют согласно п. 2 ст. 1009 ГК РФ случаи, когда субагент имеет право действовать на основе передоверия. Это возможно в случае, если агент обладает на основании выданной принципалом доверенности правом передоверять исполнение тех или иных действий другим лицам. При этом порядок и последствия такого передоверия определяются по правилам, предусмотренным для договора поручения.

Исходя из положений ст. 1010 ГК РФ заключенный сторонами агентский договор может быть прекращен по следующим основаниям:

– отказ одной из сторон от исполнения договора, заключенного без определения срока окончания его действия;

– смерть агента, признание его недееспособным, ограниченно дееспособным или безвестно отсутствующим;

– признание индивидуального предпринимателя, являющегося агентом, несостоятельным (банкротом).

При расторжении договора вследствие существенно изменившихся обстоятельств суд по требованию любой из сторон может определить последствия расторжения договора исходя из необходимости справедливого распределения между сторонами расходов, понесенных ими в связи с исполнением этого договора.

Таким образом, агентский договор регулируется Гражданским кодексом РФ, имеет свою специфику и особенности, которые необходимо учитывать. Реклама не просто инструмент рыночных отношений, но и значительная по своим масштабам часть экономики индустриально развитых стран. Реклама способствует росту уровня потребления, поддерживая внимание и интерес основных групп потребителей к рекламируемому

продукту. Она влияет на распределение расходов потребителей, улучшая положение в секторах экономики, инвестирующих значительные средства в рекламу.

А услуги рекламных агентств помогают крупнейшим национальным и международным брендам получать эффективную отдачу от маркетинговых инвестиций и создавать устойчивый потребительский спрос.

Литература

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский учет в сфере услуг: Учебник/ Вахрушина М.А, Карпова Т.П., Петров А.М. и др.: – М.: Рид Групп, 2011. – 576 с.
2. Восколович Н.А Экономика платных услуг: учеб. пособие – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2009. – 340 с.
3. Кислов Д.В. Маркетинг и реклама: налогообложение и бухгалтерский учет: практ. пособие/ Д.В. Кислов. – М.: Издательство «Омега – Л», 2011. – 235 с.
4. <http://www.consultant.ru> -Законодательство РФ