

7. Танчик Д.Е. Практические аспекты взаимодействия таможенных служб России и Финляндии №19. 2019. [Электронный ресурс]: <http://novaum.ru/public/p1413>.

8. Старикова М.С. Оценка и направления повышения конкурентоспособности отраслей российской промышленности // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. № 9. С. 199–204.

9. Глаголев С.Н., Слабинская И.А., Веретенникова И.И., Атабиева Е.Л. и др. Направления совершенствования форм и методов государственного регулирования и экономического стимулирования инвестиционной деятельности: монография. Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. 143 с.

Рекомендовано кафедрой
менеджмента и внешнеэкономической
деятельности БГТУ

д-р экон. наук, профессор
С.В. Курриянов,
магистрант
К. Альбарре
Белгородский государственный
технологический университет
им. В.Г. Шухова

МЕСТО И РОЛЬ ПОСРЕДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Значение и роль посредников в международной деятельности трудно недооценивать. Посредники уже много веков, с момента возникновения торговли, выступают связующим звеном между производителями товаров и услуг и потребителями. Привлечение посредника для фирмы-экспортера часто является экономически более выгодным, чем формирование собственной сети сбыта. Кроме того, самостоятельное исследование рынка и выход на потребителя для компании-производителя означает появление дополнительных издержек, что неминуемо скажется на цене товаров и услуг, а значит, и на их конкурентоспособности на мировом рынке.

На сегодняшний день в мировой торговле задействованы десятки тысяч посредников. Нередко представители крупных компаний и корпораций создают свои собственные дочерние компании, которые выполняют посреднические функции [1].

Посредники – это физические или юридические лица (коммерческие предприятия, компании, акционерные общества, ООО и др.) содействующие обращению товаров на внутреннем и внешнем рынках. Они способствуют 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 [2].

Функционал посредников сводится не только к осуществлению коммерческих операций. Посредники собирают и анализируют информацию о состоянии рынка, отрасли, проводят различные маркетинговые исследования. Они используют все возможные каналы коммуникации с потребителями, активно рекламируют товары и услуги, организуют и проводят презентации товаров, формируют хорошую репутацию фирмы-производителя или экспортера. Кроме этого посредники информируют своих партнеров о проходящих и планируемых международных торгах, помогают находить потенциальных клиентов и контрагентов, оказывают содействие и нередко юридическую поддержку при оформлении контрактов и их исполнении и т.д.

В литературе существуют разные подходы к типизации и классификации торговых посредников на мировом рынке [6].

Ряд авторов, например, Савинов Ю.А., Рыбец Д.В.[3], отмечая, что посредники различаются по национальной принадлежности, приводят только одну классификацию, подразделяя посредников по видам сделок, которые они осуществляют:

- 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 дистрибьюции);
- брокерские операции (на основе брокерских соглашений).

Существуют и другие классификации посреднической деятельности.

Проанализировав научную и учебную литературу, публикации последних лет, можно обобщить все классификации посредников в схему, представленную на рис. 1.

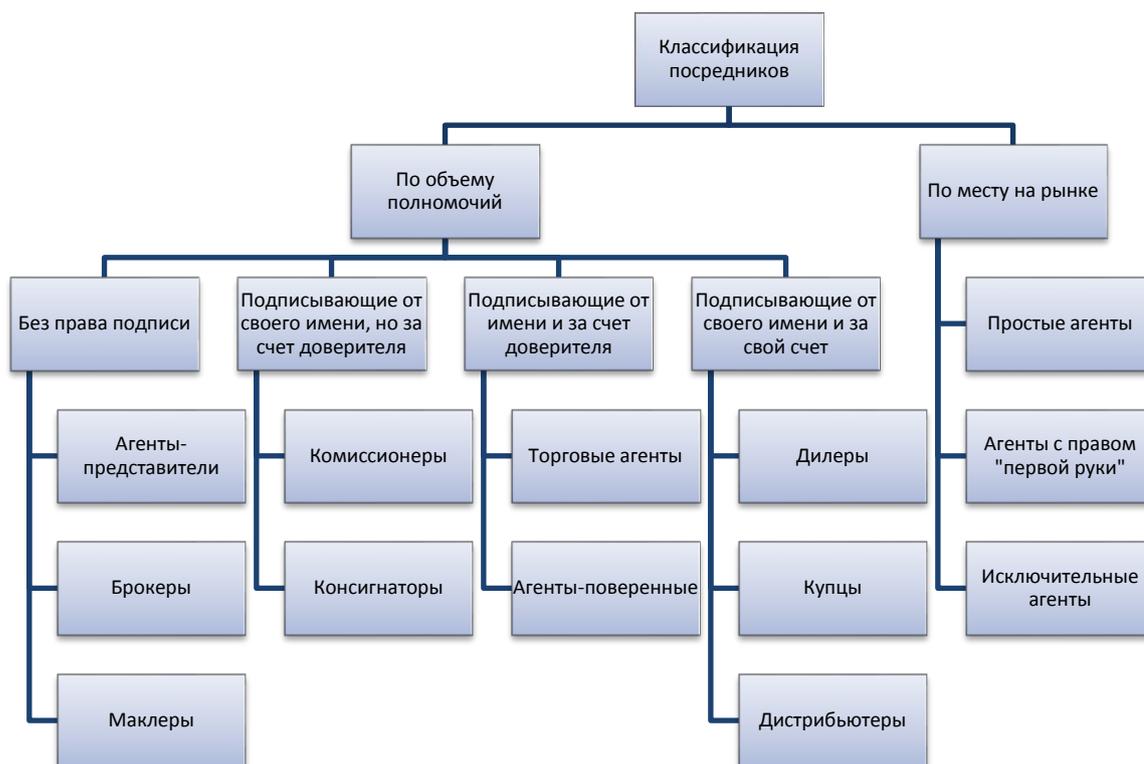


Рис.1. Типы посредников и их классификации [4]

Классификация посреднической деятельности во многом зависит от группы товаров: машины и оборудования, продовольственные товары, сырье, потребительские товары [5].

Система товародвижения продовольственных товаров – это система, которая сводит воедино множество различных по видам и качеству пищевых продуктов и предоставляет их в распоряжение сотен миллионов отечественных и зарубежных потребителей. Это сложная дорогостоящая система, являющаяся существенным компонентом национальной экономики [7].

Рынок продовольственных товаров отличается от любой отрасли экономики, в первую очередь, обширной системой товарооборота.

Установление устойчивых связей между продавцами и покупателями на продовольственном рынке в таких масштабах без участия посредников был бы невозможен. Поэтому посредническая деятельность является его неотъемлемым звеном. Посредническая деятельность на рассматриваемом рынке представлена следующими субъектами.

1. Торговые посредники: розничные продавцы; оптовые продавцы (скупщики, заготовители).

Чаще всего эта группа посредников приобретают товары, т.е. работают с той продукцией, которой могут распоряжаться по праву владения. Их основная цель – перепродать товар и получить выгоду.

Розничный продавец осуществляет продажу непосредственно конечному потребителю, а оптовый – розничным продавцам, оптовыми компаниями или промышленным предприятиям.

2. Агентские посредники: торговые агенты; комиссионеры.

Агенты и комиссионеры являются представителями своих клиентов. Несмотря на то, что продукцией при заключении сделки они не владеют, их доход также формируется за счет разницы в ценах на операциях купли-продажи. Их основной доход, как уже отмечалось в предыдущем параграфе, формируется за счет гонораров и агентской комиссии. Главный товар агента-посредника – его знание рынка, которое и позволяет ему свести покупателя и продавца.

3. Биржевые посредники: брокеры [2].

Роль посредника зависит от конкретной отрасли и даже от вида продовольственного товара.

Теоретическая значимость проведенного исследования обусловлена тем, что посредники являются залогом успеха агропромышленной интеграции и качественное, продуктивное партнерство производителей сырья с пищевой промышленностью возможно только при развитии и функционирующем институте посредничества. Развитие продовольственного рынка России и выход отечественных производителей на мировой рынок требует развития сети посредников и обращение более пристального внимания и регулирования этой сферы.

Библиографический список

1. Алешина Л. Н. Международная торговля / Л.Н. Алешина. М.: Златоуст, 2016. 477 с.
2. Ахмадулина Т.В., Распопов В.М., Деркач В.В. Внешняя торговля России продовольствием // Вектор экономики. 2019. № 6 (36). С. 46.
3. Гильяно А.А., Кочергина Т.Е. Контракты в международной торговле. Внешнеторговая документация: учебное пособие. Санкт-Петербург, 2017. 196 с.
4. Джерри М. Розенберг Международная торговля. Терминологический словарь. М.: ИНФРА-М, 2016. 368 с.
5. Куприянов С.В., Борзенкова К.С. Организация и техника внешнеэкономических операций: учеб. Пособие; 2-е изд., доп. и испр. Белгород: изд-во БГТУ, 2017. 179 с.

6. Куприянов С.В., Божков Ю.Н., Бутина А.А., Гоз И.Г., Гриненко Г.П., Дорошенко Ю.А., Колпакова Е.В., Кондрашов И.Б., Ломаченко С.Н., Пашков М.В., Санду И.С., Селиверстов Ю.И., Севергина А.А., Слабинская И.А., Столярова В.А., Стрябкова Е.А., Табурчак А.П., Табурчак П.П., Трошин А.С., Чижова Е.Н. и др. Роль инноваций в тренде российской экономики: монография / под ред. проф. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. 314 с.

7. Шелег Н.С. Международная торговля: моногр. / Н.С. Шелег. М.: Высшая школа, 2017. 737 с.

Рекомендовано кафедрой
менеджмента и внешнеэкономической
деятельности БГТУ