

ВИДЫ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ

Студент гр. 113625 Цвирко М.В.,

кандидат техн. наук, доцент В.А. Балашевич

Белорусский национальный технический университет

В настоящее время значительное число сделок в торговле осуществляется с помощью посредников – торговых предприятий, организаций и физических лиц, занимающих промежуточное положение между производителями товаров и услуг и их конечными потребителями.

Под торгово-посредническими операциями (ТПО) понимаются операции, связанные с куплей-продажей товаров, выполняемые по поручению производителя независимым от него торговым посредником на основе заключаемого между ними соглашения или отдельного поручения. Роль посредников сегодня уже не сводится к одной только купле-продаже (хотя и это тоже весьма важно). Многие из них оказывают контрагентам целый комплекс услуг, начиная от изучения рынка и заканчивая кредитованием (авансированием) производителей. Их краткий перечень включает такие виды комплексных услуг и операций:

- организация сбыта – подыскание контрагентов, заключение сделок от имени продавца, предоставление гарантий оплаты товара покупателем, проведение рекламных кампаний и исследований рынков;
- транспортно-экспедиторские операции;
- операции по транспортировке и страхованию грузов;
- финансирование торговых операций;
- технические услуги, послепродажное техническое обслуживание;
- сбор и предоставление информации о рынках.

В зависимости от характера взаимоотношений между производителем-экспортером и торговым посредником, а также от функций, выполняемых торговым посредником, укрупненно выделяют несколько видов ТПО: операции по перепродаже; комиссионные, разновидностью которых являются операции консигнации; агентские и брокерские.

Сегодня в Беларуси главная проблема не в том, чтобы произвести, а в том, чтобы реализовать продукцию. Процессу реализации продукции способствуют торгово-посреднические организации. Однако из-за мирового экономического кризиса в скором времени количество посреднических предприятий в Беларуси может значительно сократиться. В этих условиях для производителя и для любого посредника важна современная грамотно спроектированная технология канала продвижения товара к конечному потребителю, которая снижает издержки, расширяет возможности в оказании дополнительных услуг и в конечном итоге повышает финансовый результат, что позволит смягчить последствия кризиса.