

Goods Flow Chains Transformation in The European Commercial Sector

Assoc. Prof. Dr. Michal Stojanov
University of Economics – Varna, Varna, Bulgaria
michal.stojanov@ue-varna.bg

Abstract

In this work, an assessment and analysis of the goods flow chain ratio is used to estimate structural change in the trade sector of the EU-27. For the purposes of the quantitative research, official Eurostat secondary data statistics of for the period 2005-2020 are used. The general trend formed throughout the EU to reduce intermediaries is not reproduced in the same way across countries and is sometimes characterized by unpredictable variation. This leads to the conclusion that middlemen are important for the distribution of products in the open market system. Therefore, the downsizing in goods flow chain intermediaries can be linked to the processes of digitization, globalization, the search for sustainable and socially and environmentally responsible business development.

Keywords: commerce, EU, goods flow chains indicator, intermediates, digitization

JEL Code: L81

DOI: 10.56065/IJUSV-ESS/2023.12.3.54

Въведение

В търговския бизнес звенността се свързва с броя на търговските организации, през които дадена стока преминава, за да достигне по своя път от производителя към фазата на крайната реализация и потреблението. Икономическата рационалност определя ролята и значението на всяко звено, което може да бъде свързано с множество задачи и дейности, които да бъдат изпълнени от всеки отделен междинен участник. Разбира се, пазарната система следва по естествен начин да елиминира онези посреднически участници, които нямат принос към увеличаването на определени измерения на полезността за субектите в икономическия процес и неговата стопанска и социална ефективност. Логиката на тази оптимизация е изведена в разбирането, че „когато търговията се въведе, в която и да е страна, честността и точността винаги я придружават“ (Smith, 1869, p. 253), което означава и отпадане на онези звена, които не допринасят за постигането на очистващата сила на конкуренцията, системните иновации в предприемачеството и рационалността на ресурсното разпределение в търсене на желаните нива на възвръщаемост и риск.

Целта на тази работа е в контекста на теоретичната същност на предимствата и недостатъците на звенността в търговията, да се направи оценка на показателя за звенност и други общи и специфични метрики за европейския търговски сектор и да се изведат закономерностите в този ракурс и възможните фактори, които ги детерминират.

Времевият хоризонт на настоящото изследване е периода 2005-2020 г. То е разгърнато върху извеждането на количествени оценки на базата на вторична информация, извлечена от статистическата отчетност на Евростат. В методологически план са приложени научните способности на контент и сравнителния анализ. Специфично ограничение на работата е използването на данни от вторични информационни източници, които са систематизирани по класификационната система на NACE Rev.2. Това обуславя за обект на наблюдение да са само специализираните агенти на обмена, класифицирани в G46 и G47, докато дейности и операции по търговска реализация на продукти извършват и други стопански единици, но тъй като те не доминират в създаваната от тях добавена стойност се класифицират в други икономически сектори.

1. Теоретични основи на проблема

Възможен и важен ефект от елиминирането на междинните звена при реализацията на стоките е свързан с това те „да се продават на купувачите на сравнително по-ниски цени“ (Сълова, Н. и др., 1995, с. 166). Подобно положение е свързано с възможностите за оптимизиране на многообразието от оперативни разходи, присъщи на търговската дейност, както и отпадането на търговската надбавка, прилагана от всеки допълнителен агент на междинната размяна. Разбира се, подобно подобряване на икономическата ефективност е свързано с това различни дейности и операции да бъдат разпределени и поети от по-малкия брой участващи страни, което означава те да предлагат по-комплексно и усложнено обслужване и по-лесно да постигнат икономии от мащаба. Ето защо „организацията и управлението на реализацията изискват много ресурси и професионализъм“ (Сълова, Н. и др., 1995, с. 166). Нещо повече, „продуктите на труда, преди да встъпят в процеса на потреблението преминават няколко разменни актове, преминават през много ръце, обмяна се състои от множество актове усложняващи неговото действително движение“ (Велинов, 1947, с. 15). При това положение ролята на посредниците става есенциална и определя безусловната необходимост на присъствието на междинен стопански субект за постигане на рационалност на икономическия процес. Това е така, защото търговията играе важна роля „като централно звено, което обединява крайните точки на стопанския процес“ (Свраковъ, 1938, с. 4). Нещо повече, използването на подходящи и оптимално организирани канали за продуктова реализация може да влияе и върху „печалбата и конкурентоспособността на участниците“ (Димова, 2011, с. 9). Това определя наличието или елиминирането на препродавачи да се използва при бизнес стратегиите и като инструмент на конкурентната борба при продуктовата реализация на потребителския пазар. От една страна тяхното съкращаване може да оптимизира разходите на повечето участници, но пък тяхното наличие е източник на иновативно и креативно поведение при пазарната реализация.

В системата на търговията взаимоотношенията между агентите на размяната и производителите се установяват посредством различни договорни форми на взаимоотношения. Основна форма е прякото договаряне, като тази система „дава добри, положителни резултати. Търговските предприятия по-непосредствено, по-силно, по-резултатно могат да въздействат върху производствените предприятия за подобряване качеството и за разширяване асортимента на стоките, за по-пълно задоволяване на потребителите със стоки, за производство на такива стоки, които се търсят от населението“ (Георгиев & Чаушев, 1965, с. 301-302). Следва да се подчертае, че редуцирането на звенността не е свързано с елиминиране на всички участници при търговската реализация. Тя би следвало да е обусловена от икономическата рационалност и да премахва излишните посреднически звена, но неизбежно остават онези стопански агенти, които в най-голяма степен обезпечават комплексност на обмена и неговото концептуализиране във всички измерения на удобството и точността за клиента. Това определя като „важна тенденция в развитието на вътрешната търговия в световен мащаб, следователно и у нас, съкращаването на пътя на стокопридвижването. Съвременните изисквания за всестранно задоволяване на потребителското търсене налагат все по-тясно свързване на производство и потребление“ (Станев, Николов, Недев, 1976, с. 3).

Редуцирането на звенността има положителни ефекти, свързани с:

1. опростяване на бизнес взаимоотношенията, посредством директния контакт между местата на производството и местата на крайната реализация, без да е необходима или при минимална намеса на посреднически организации. Гъвкавост по отношение на системно възникващите пазарни шокове с различен генезис и продължителност (епидемични кризи, военни конфликти, волатилност на пазарната конюнктура и др.);

2. стимулиране на оперативната самостоятелност, стопанската инициатива и адаптивност спрямо конкретните измерения на потребителското търсене и неговите моментни промени;

3. обвързване на икономическите показатели от реализацията на всяка продуктова разновидност, при което лесно се отстраняват и заменят стопански неизгодните стокоски позиции и се търсят подходящи техни заместители, които да бъдат източници на желаната доходност;

4. оптимизиране организацията на доставките, транспортирането и складовите операции;

5. засилване ролята на местната икономика за задоволяване на потребителското търсене, скъсените транспортни дистанции и ускореното стокодвижение;

6. подобрените аспекти на лоялността между по-малкия брой стратегически партньори в моделите за разпространение на продуктите, което има и своите недостатъци при възникване на извънредни ситуации и сериозни предизвикателства за страните в обменния процес;

7. усъвършенстване на системата и механизмите за взаимен контрол и сертификация на качеството на продуктово предлагане;

8. увеличаване силата и мащаба на търговските оператори, осъществяващи икономическа дейност като търговци на дребно. Съвременните търговски вериги се трансформират в значими и мощни участници на потребителския пазар, които оперират в големи пропорции, изразени чрез пазарния и териториалния обхват, както и чрез обемите на продажбите и успешно задоволеното потребителско търсене. Така към 2016 г. петте водещи търговски вериги в сегмента бързооборотни стоки в България държат 37% пазарен дял (Иванова, 2018). Като през 2020 г. шестте водещи ритейлъри в търговията на дребно с бързооборотни стоки имат пазарен дял от около 40% (Сдружение за модерна търговия, 2020). Измеренията на техния бизнес позволява да бъде широко използван подходът на директното договаряне, което намира израз и в установяването на концепцията за продуктите под собствена марка на търговеца, които елиминират използването на посреднически звена.

Промяната в организацията на звенността е свързана и с изменение в участващите страни в размяната и основно по отношение на засилване ролята на търговските отдели в бизнес единиците. Тяхната задача е свързана с прилагане на комплексни подходи за откриване на онези партниращи стопански субекти, които да обезпечат стокоските нужди при най-добри икономически условия. Така на практика в големите търговски организации (търговски вериги) се появяват централизирани закупуващи звена (централи) и логистични центрове, които отговарят за договарянето и покупката на огромни обеми, необходими за всички подразделения на търговската система. Това се случва при изключително подобрени условия на търговската размяна изцяло за търговеца, но отчасти е възможно да бъдат трансферирани и към крайния клиент. Огромната информационна обезпеченост позволява за всеки отделен търговски обект да се оформи доставка/партида, която е оптимално съобразена с особеностите на всеки локален магазин, спецификите на потребителското търсене, обема и характеристиките на обслужваните потребители, транспортната достъпност, складовите обеми и техните особености, параметрите на търговската среда, магазинното и складовото оборудване и обзавеждане и др. Разбира се, доминацията на тези свърх концентрирани пазарни участници би имала сериозно въздействие върху тяхната договорна и икономическа сила, което може да доведе да възможно изкривяване на пазара и дефекти в конкурентната среда и структура. Всичко това позволява в решенията за управлението на стокоските портфейли да се постави пълноценен икономически акцент върху:

1. равномерността на продажбите и стокоското снабдяване;

2. оценка и анализ върху рентабилността на всяка продуктова разновидност;

3. съобразяване на портфейлния състав и структура с обращаемостта на стоковите запаси, посредством системен аналитичен мониторинг на продажбения процес, складовите наличности и коригиращи промени по отделни стокови единици.

Участието на посредници придобива важно значение при осъществяването на международна търговия, тъй като „увеличава обема на търговията ... и позволява на фирмите да преодолеят някои от пречките за достигането на чужд пазар, ... но едновременно с това ограничава познанията и опита на местните производители за чуждите пазари“ (Tajoli & Tomas, 2015, p. 22). От една страна това позволява на местни малки производители лесно да достигнат до външни пазари и постепенно да придобият глобална популярност и разпознаваемост и обратно за местните търговци на дребно да формират по-голямо продуктово разнообразие с повече алтернативни характеристики и качество от предлагането на търговци на едро, опериращи на международните пазари.

2. Методология

Основният показател, с помощта на който може да бъде оценена звенността, е коефициента на организационна звенност в търговията (GFCR – Goods Flow Chains Ratio). Това е съотношение между оборота или брутните записани премии в търговията на едро, с изключение на моторни превозни средства и мотоциклети (NACE Rev. 2 G46) в милиони евро и оборота или брутните записани премии в търговията на дребно, с изключение на моторни превозни средства и мотоциклети (NACE Rev. 2 G47) в милиони евро, представено като:

$$\begin{aligned} \text{Коефициент на организационна звенност} &= \\ &= \frac{\text{Оборот или брутни записани премии в търговията на едро}}{\text{Оборот или брутни записани премии в търговията на дребно}} \times 100 \end{aligned}$$

Този показател може да се използва „както общо за търговията, така и за някои основни стокови групи и показва какъв дял в процент от стокооборота на търговията на дребно преминава през търговията на едро като стокооборот на едро, или показва основно организационната звенност“ (Сълова & Димитрова, 2002, с. 257). Оценките на метриката посочват каква част от реализирания продажбен оборот, отчетен в търговията на дребно, е преминал през организационните звена на търговията на едро, където е отчетен като продажбен оборот на едро.

3. Резултати

В рамките на проведеното изследване прегледът на оценките на показателя за звенност в страните от ЕС за 2005, 2010, 2015-2020 г., посочва ясната тенденция за нейното понижение при повечето държави. Така общият показател за ЕС-27 от 212% през 2005 г. намалява до 184% през 2020 г., което е съкращаване с –28 процентни пункта в рамките 16 години (вж. табл. 1). Този процес не протича без промени и в други показатели за предприятията от икономическите дейности на търговията на едро и търговията на дребно. Така, например, при налични данни за броя на предприятията за търговия на едро в ЕС-27 от 2015 г. в размер на 1 693 304 бр., той се съкращава до 1 636 662 бр. или отпадане на –56 642 стопански субекта или отрицателен темп на прираст от –3,3%. Тази негативна закономерност в G46 не се потвърждава при броя на наетите лица, където общо в ЕС-27 от 7 991 255 души през 2015 г. се отчита нарастване до 8 346 851 души през 2020 г. или положителен абсолютен прираст от 355 626 души или темп на растеж от 104,5% при наетите лица. Тази промяна може да се свърже с растящата потребност от човешки фактор като проекция на подобрените аспекти на търговското обслужване и усложняването на дейностите и процесите в търговията на едро. Подобно състояние търси „ефективност на обслужването, което трябва да се отличава с определена гъвкавост при предоставянето на услугите и с бърза адаптация към измененията на външната среда и към растящите потребности на клиентите“ (Желязкова, 2010, с. 103). В

сравнителен план на всеки един стопански субект от търговията на едро в ЕС-27 през 2020 г. се падат почти две (1,963) предприятия в търговията на дребно (3 212 640 общ бр. фирми в G47 през 2020 г.). В раздел търговия на дребно протича паралелен процес на съкращаване на броя на активните икономически оператори, така от 3 381 802 предприятия през 2015 г., след леко повишение до 3 434 272 бр. фирми през 2016 г. следва 4 годишен период на намаление до 3 212 640 бр. стопански субекта през 2020 г. или за шестгодишния период са отпаднали – 169 162 стопански организации, осъществявали бизнес в икономически раздел G47. Понижаването на броя на класифицираните по тези икономически дейности стопански субекти означава, че в ЕС-27 протича процес на концентрация в търговията, което може да бъде свързано с увеличаване силата на агентите на междинната и крайната размяна. По отношение на елиминирането на посреднически звена най-съществено този процес е изразен в Германия от 252% през 2005 г. на 172% през 2020 г. или съкращаване с –80 процентни пункта. Сходен процес протича и в Австрия₂₀₂₀₋₂₀₀₅ = –71 процентни пункта, Нидерландия₂₀₂₀₋₂₀₀₅ = –62 процентни пункта, Швеция₂₀₂₀₋₂₀₀₅ = –49 процентни пункта, Финландия₂₀₂₀₋₂₀₀₅ = –43 процентни пункта и т.н. във Франция, Чехия, Полша, Румъния, Естония, Латвия, Италия, Словакия, Унгария, Португалия, Литва, Хърватия, но при тях стойностната оценка на настъпилата промяна в показателя за звенността за 21 годишния период (2020 г. при база 2005 г.) е под 40 процентни пункта. В подгрупа на страните с висока промяна на показателя за звенността (над 40 процентни пункта) попада и България, като индикаторът се понижава от 312% през 2005 г. до 255% през 2020 г. или понижение с –57 процентни пункта. В рамките на тази обща закономерност, се формира условната подгрупа на Унгария, Португалия, Латвия, Хърватия, Кипър, Дания, Испания и Гърция, където в рамките на 16 годишния период настъпилото съкращаване е равно или под 10 процентни пункта или е отчетена една условна несъщественост на настъпилите изменения в оценките на показателя за звенността, което условно е валидно и за Малта. Втората група е на страни, където тече обратен процес, който е свързан с нарастването на оценката на показателя, такава картина на промяна се регистрира в Люксембург, Ирландия, Белгия, Словения, Гърция, Испания, Дания и последно Кипър, където настъпилата промяна е едва 1 процентен пункт. Подобно състояние може да е продукт на множество причини, които са общи, обуславящи за всички държави конюнктурни фактори или като уникална комбинация от обстоятелства, типични за всяка отделна страна (стратегическата локация по пътя на международното стокодвижение, позициониране на държавата като международен товарен и логистичен център, наличие на модерна и подходяща инфраструктура, приоритизиране на концепцията за устойчиво развитие и др.).

Таблица 1. Коефициент на организационна звенност в търговията в ЕС-27 и по отделни страни за 2005, 2010, 2015-2020 г., (%)

Страни	Години							
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ЕС - 27	212	211	202	195	195	192	192	184
Белгия	287	287	285	323	323	341	341	319
България	312	264	259	262	262	261	261	255
Чехия	237	234	216	212	212	207	207	202
Дания	243	259	266	265	265	260	260	247
Германия	252	219	223	195	195	185	185	172
Естония	226	202	222	240	240	252	252	198
Ирландия	198	275	335	313	313	357	357	338
Гърция	134	131	141	141	141	137	137	144
Испания	171	189	196	175	175	180	180	176
Франция	180	189	139	148	148	148	148	143
Хърватия	125	113	121	121	121	120	120	122

Страни	Години							
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Италия	177	183	161	166	166	160	160	163
Кипър	98	95	99	102	102	102	102	100
Латвия	252	245	250	256	256	238	238	227
Литва	187	205	203	190	190	181	181	181
Люксембург	272	612	884	867	867	785	785	687
Унгария	183	167	167	171	171	174	174	173
Малта	н.и.	188	201	204	204	194	194	180
Нидерландия	428	391	414	416	416	413	413	366
Австрия	262	225	228	197	197	193	193	191
Полша	194	192	194	173	173	164	164	162
Португалия	143	139	137	140	140	138	138	135
Румъния	171	154	142	152	152	147	147	141
Словения	105	108	106	108	108	115	115	124
Словакия	158	150	151	154	154	151	151	145
Финландия	195	164	129	166	166	155	155	152
Швеция	216	211	212	178	178	180	180	167

Забележка: източник на информация (Eurostat, 2023) и изчисления на автора.

Освен в динамичен аспект на настъпилата промяна, две държави се отличават с размера на оценката на показателя за звенност. Това са Кипър с най-ниски значения, които за целия период гравитират около и под 100% и Люксембург, където през 2015 г. е отчетена най-голямата оценка по този показател от 884%. Последното означава, че на всеки един млн. евро продажби на дребно се реализират над 8,8 млн. евро продажби в търговията на едро. Фактори, обуславящи позициите на Кипър, са свързани „с отхвърлянето на офшорното законодателство в процеса на подготовка за членство в ЕС, което определя страната като може би най-доброто място за правене на бизнес в ЕС, не само заради благоприятния за бизнеса кипърски данъчен режим, но и системата за данъчни облекчения в съответствие с ЕС“ (Shanda Consult, 2016). Докато лидерската позиция в звенността на Люксембург е обусловена от определянето на страната като „най-забележителното данъчно убежище в света, където множество мултинационални корпорации имат сключени данъчни споразумения, които позволяват да плащат ефективна данъчна ставка под 1%, оставяйки дори 99,75% от трансферите на печалби като необлагаеми“ (Neugarten, 2021). В подкрепа на това е увеличаващият се брой на функциониращите предприятия в икономическа дейност G46, които за Люксембург от 3 301 бр. фирми през 2005 г. нараства до 3 377 бр. икономически оператора към края на 2020 г. или абсолютен прираст за периода от 76 нови предприятия за търговия на едро и темп на растеж от 102,3%.

4. Драйвери за бъдещо усъвършенстване

Основни фактори на оптимизирането на броя на участващите междинни звена в търговската реализация на продуктите могат да бъдат сведени до:

1. Дигитализацията, която е причина за редуцирането на участниците във веригата на доставки, но едновременно е предпоставка и за появата на нови, които обезпечават по-широк продукт и географски обхват, осигуряват повече функции и комплексност на търговската услуга. Като процес на повсеместно налагане на ИКТ, тя е източник на автоматизирано ресурсно планиране и управление, бързи комуникационни възможности, генератор на подобрените алтернативи за електронно представяне на продуктово предлагане, улеснена откриваемост на източниците на стоково предлагане и неговото персонализиране, безпроблемно дистанционно поръчване, електронно заплащане, проследимост на стокодвижението и обратната логистика. Дигитализацията е основна предпоставка за появата

на електронните пазари, където участието на междинните агенти на размяната се възползват от тяхното „основно предимство, което е свързано с възможността за преодоляване на ограниченията във времето и пространството, и ефективното координиране на бизнес процесите на пазарните участници, посредством прилагането на съвременните технологии“ (Гроздева, 2003, с. 472).

2. Глобализацията, която едновременно разширява източниците на продуктово разнообразие, които разкриват много повече и по-голямо многообразие от възможности за откриване на алтернативи на продуктово предлагане. Това позволява и системна промяна на броя на участниците и техните конфигурации във веригите за разпространение на продуктите.

3. Редуциране и подобро управление на екологичния отпечатък на всеки бизнес. Това съображение е заложено в изискванията за изпълнението на Европейския зелен пакт. Неговата концептуална рамка и основен прерогатив е ЕС да поеме по пътя към екологичен преход, чиято крайна цел е постигане на неутралност по отношение на климата до 2050 г. (Европейски съвет & Съвет на Европейския съюз, 2023), която е заложена за постигане по начин, при който всяка стопанска единица, трябва да предприеме мерки за неутралност на въздействието върху околната среда. Една от възможните стратегии тук е по отношение на елиминирането на посреднически звена, доколкото останалите ще поемат изпълнението на функции и дейности в мащаб, който да бъде източник на подобрена ресурсна оползотворяемост и по-нисък въглероден отпечатък. Така целият бизнес процес ще се усъвършенства в посока на подобрена алокация на ресурсите и скорост на изпълнението на задачите и дейностите.

Заклучение

Развитието на процесите на отпадане на организационни звена в търговската реализация на продуктите е закономерен процес на оптимизирането на веригите за разпространение на продуктите и организацията на стокодвижението в глобалната икономика. Ескалацията на този процес може да бъде свързана с възможностите за подобряване на икономическите условия за останалите участници в стопанския процес на търговската размяна. В практическо отношение е възможен план, при който подобрените условия за търговците, трансферират полезност и риск и към крайните клиенти. Това означава сценарий, при който печеливши са съществена част от участниците в икономически процес, но основно крайните потребители и околната среда, което е заложено за постигане в един обозрим времеви хоризонт и главна цел на съвременното човешко развитие.

References

1. Velinov, P. (1947). Teoriya na politicheskata ekonomiya. Varna: Univ. pechatnitsa.
2. Ivanova, M. (2018). Pette nay-golemi targovski verigi v Balgariya darzhat pochni 40% ot pazara. Enterprise Magazine. [Online] Available at: <https://enterprise.bg/blog-news/targoviya-bulgaria/> [Accessed 02/08/2023].
3. Georgiev, G. & Chaushev, A. (1965). Organizatsiya na vatreshnata targoviya. Sofiya: Nauka i izkustvo.
4. Grozdeva, D. (2003). Elektronnite pazari - novo predizvikelstvo za firmite, Savremenni predizvikelstva pred targoviyata, Varna: Univ. izd. IU – Varna, 471-480.
5. Dimova, N. (2011). Distributionsna politika, Sofiya: NBU.
6. Zhelyazkova, D. (2010). Obsluzhvaneto na klientite v logistikata kato konkurentno predimstvo. Izvestiya na Ikonomicheskii universitet – Varna, № 2, 100–110.
7. Sdruzhenie za moderna targoviya. (2020). Billa, Kaufland, Lidl, T Market, ProMarket i Fantastiko sklyuchiha 368 novi dogovora s balgarski dostavchitsi. Moderntrade.bg. [Online] Available at: <https://moderntrade.bg/news/new-contract/> [Accessed 02/08/2023].
8. Svrakov, G. (1938). Vatreshna targovska politika. Varna: Izgrev.

9. Stanev, L., Nikolov, N. & Nedev, R. (1976). Ikonomiko-matematicheskoto modelirane pri upravlenieto na stokovite zapasi, Varna: G. Bakalov.
10. Salova, N., Dimitrova, V. (2002). Organizatsiya i tehnologiya na targoviyata. Varna: Univ. izd. na IU.
11. Salova, N. i dr. (1995) Marketing, Varna: SITA-MB.
12. Eurostat. (2023). Annual detailed enterprise statistics for trade (NACE Rev. 2 G). [Online] Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SBS_NA_DT_R2/default/table?lang=en [Accessed 27/07/2023].
13. Neugarten, J. (25.03.2021). Why Is Luxembourg Considered a Tax Haven? [Online] Available at: <https://www.investopedia.com/ask/answers/100115/why-luxembourg-considered-tax-haven.asp> [Accessed 27/07/2023].
14. Smith, A. (1869). Lectures on Justice, Police, Revenue and Arms (1763). Clarendon Press. (delivered in the University of Glasgow by Adam Smith. Reported by a student in 1763, and edited with an Introduction and Notes by Edwin Cannan, 1896).
15. Evropeyski savet & Savet na Evropeyskiya sayuz. (12.07.2023). Evropeyski zelen pakt. [Online] Available at: <https://www.consilium.europa.eu/bg/policies/green-deal/> [Accessed 25/07/2023].
16. Shanda Consult. (2016). Cyprus Tax Advantages. [Online] Available at: <https://shandaconsult.com/cyprus/cyprus-tax-advantages/> [Accessed 27/07/2023].
17. Tajoli, L., Tomas, C. (2015). Role of wholesalers and distribution groups in international trade. In-Depth Analysis, European Parliament. [Online] Available at: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/549061/EXPO_IDA\(2015\)549061_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/549061/EXPO_IDA(2015)549061_EN.pdf) [Accessed 08/08/2023].