

УДК 339.56

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Громенкова Светлана Вячеславовна,
доцент кафедры международной экономики
КНЭУ имени Вадима Гетьмана,
кандидат экономических наук, доцент,
Киев, Украина,
svetlanagromenkova@gmail.com

***Ключевые слова:** внешняя торговля, торгово-посреднические организации, прямой экспорт, непрямой экспорт, продвижение товара.*

***Keywords:** foreign trade, intermediary organizations, direct export, indirect export, product promotion.*

***Аннотация.** Рассматриваются отдельные аспекты организации внешнеторговой деятельности, в частности, прямой и непрямой метод экспорта. Основное внимание уделено использованию торгово-посреднических организаций для оптимизации внешне-торговой деятельности.*

Annotation. Certain aspects of the organization of foreign trade activity, in particular, the direct and indirect export method, are considered. The main attention is paid to the use of intermediary organizations to optimize foreign trade.

В современных условиях интернационализации бизнеса, когда подавляющее число субъектов хозяйствования вовлечены во внешне-торговую деятельность, вопросы организации экспортно-импортных операций приобретают особую актуальность. От правильности выбора метода работы на внешнем рынке, способа продвижения своей продукции зависит эффективность внешнеторговой операции и ее конечный результат.

Традиционно, как в научной, так и в практической среде, идет широкая полемика касательно использования услуг посреднических организаций при осуществлении внешнеторговой деятельности. В качестве основных преимуществ работы на прямую можно назвать лучший контакт с потребителем, более быстрое реагирование на изменения спроса. Работа через посредника является оптимальным вариантом для представителей малого и среднего бизнеса, которые испытывают трудности при создании собственной товаропроводящей сети за границей и для которых затраты на создание собственного сбытового аппарата за рубежом являются серьезным бременем. Кроме того, как мелкий, так и большой бизнес отдает предпочтение работе через посредника, когда речь идет о труднодоступных рынках, а также о продукции, которая носит вспомогательный характер. Часто торговый посредник занимает монопольное положение на рынке, и достичь серьезных успехов в такой рыночной среде невозможно в обход посредника. Примером такого рынка является рынок металлопродукции Юго-Восточной Азии.

Сегодня прямой метод не теряет свои позиции благодаря значительному объему внутрифирменной торговли ТНК. Что касается непрямого метода, базирующегося на использовании услуг посреднических организаций, его применение (особенно в развитых странах) имеет в целом тенденцию устойчивого роста.

По существующим экспертным оценкам, только в США функционируют около 20 различных типов посреднических структур, а с учетом товарной специализации их число превышает несколько тысяч. При этом в США на независимых посредников приходится 52% общего объема продаж продукции, тогда как на долю оптовых филиалов про-

мышленных компаний – лишь 40% [1, с. 72]. Яркой иллюстрацией масштабов посреднической деятельности является пример Японии, где действуют около 120 000 посреднических структур, через которые осуществляется почти 60% объема продаж продукции производственно-технического назначения [1, с. 72].

Следует отметить, что наличие на рынке крупных торгово-посреднических организаций говорит о достаточно высоком уровне развития рыночной инфраструктуры, о возможности обеспечить большой спектр дополнительных услуг участникам внешнеторговых операций.

В условиях, когда на международном уровне осуществляется аккумуляция и всесторонний анализ разнообразной внешнеторговой статистики (прежде всего в рамках ВТО и ЮНКТАД), статистика, касающаяся деятельности посредников во внешнеторговой сфере, практически отсутствует.

Общее представление о вовлеченности национальных предприятий во внешнеэкономическую деятельность, в том числе и через посредников, можно получить, к примеру, на основании результатов проводимого под эгидой Всемирного Банка масштабного исследования особенностей предпринимательской деятельности в различных странах [2]. В таблице представлена выборка стран различных регионов мира, представлены крупнейшие страны экспортеры, в частности КНР.

Как видно из информации, представленной в таблице, удельный вес компаний, которые вовлечены в экспортную деятельность, как напрямую, так и через посредников, достаточно высок. Удельный вес фирм, которые занимаются экспортом напрямую, составляет 25,4% в Чехии, 3,9% – в Бразилии, 10,3% – в КНР, 10,5% – в Украине, 16,9% – в Республике Беларусь. Доля прямого экспорта в общем объеме продаж предприятий Бразилии составляет всего лишь 0,8%, в Чехии достигает 11,5%, в Республике Беларусь – 8,4%, в Украине – 4,2%.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний момент использование прямого экспорта не носит доминирующего характера; деятельность торгово-посреднических организаций на внешнем рынке будет и дальше расширяться, охватывая новые сегменты рынка и расширяя спектр услуг, сопутствующих внешнеэкономической деятельности, что будет направлено на ее оптимизацию.

**Характеристики вовлеченности во внешнеторговую деятельность
предприятий отдельных стран мира [2]**

Страны	Удельный вес фирм, которые занимаются экспортом, как напрямую, так и через посредников (не менее 10% общих продаж)	Удельный вес фирм, которые занимаются экспортом напрямую, (не менее 10% общих продаж)	Доля прямого экспорта в общем объеме продаж	Удельный вес фирм, которые используют импортное сырье или обеспечение материалами из-за рубежа	Доля ресурсов иностранного происхождения в общем объеме затрат
Беларусь	23,8	16,9	8,4	81,7	51,5
Украина	15	10,5	4,2	74,4	35,9
Казахстан	5,7	3,9	2	59,7	31,7
Италия	18,5	11,9	4,2	45	20,9
Польша	9,6	5,8	2,4	37,5	12
Чехия	30,2	25,4	11,5	71,4	36
Турция	14,9	10	5,3	38,8	16,8
КНР	21	10,3	5,4	14,9	5,1
Индия	8,8	6,9	3,7	17,7	2
Бразилия	7,2	3,9	0,8	53,7	14,1
Вьетнам	12,8	9,6	5,5	45,4	26,5

Учитывая информацию касательно использования импортного сырья и материалов в производственной деятельности исследуемых компаний, большой потенциал имеет использование услуг крупных специализированных посредников и при организации импортных закупок.

Список литературы

1. Дима, О. Аналіз тенденцій у розвитку посередницьких організацій. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 4. – С. 72–82.
2. Enterprise Surveys. What Businesses experience. – Режим доступа: <https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploretopics/trade>. – Дата доступа: 16.05.2020.