

РОЛЬ ПОСЕРЕДНИКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Денисенко М.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У міжнародній практиці під посередницькою діяльністю розуміється здійснення зовнішньоторговельних операцій фірмами і організаціями, а також окремими особами, незалежними від виробників і покупців даних товарів.

Підприємства можуть виходити на зовнішній ринок безпосередньо, тобто самостійно здійснювати весь комплекс заходів, пов'язаних з просуванням і реалізацією товарів на зовнішній ринок. Але в цьому випадку підприємство витрачає чималі кошти, так як необхідно мати власну збутову і сервісну служби, потрібен час на організацію збуту, організацію реклами, крім цього необхідно мати висококваліфікованих працівників, що мають досвід роботи і зв'язку на зовнішньому ринку.

У використанні посередників є свої переваги. Посередник спеціалізується в здійсненні просування товарів на зовнішній ринок, тому він має комерційний досвід, зв'язки на зовнішньому ринку, володіє інформацією, як правило, має власну збутову і сервісну служби. У якості посередників можуть виступати спеціалізовані фірми, організації та окремі особи. Існує певна класифікація основних видів посередників, заснована на специфіці діяльності, обсязі наданих повноважень і прав різних видів посередників.

Зовнішньоекономічна діяльність - важливий фактор стабілізації економіки країни. В даний час основною ланкою господарської діяльності є підприємство, на рівні якого реалізуються основні форми ЗЕД. Основною формою зовнішньоекономічної діяльності підприємства є зовнішньоторговельна діяльність, тобто обмін товарами і послугами. При самостійному виході на зовнішній ринок підприємство витрачає великі кошти для здійснення комплексу заходів, пов'язаних з просуванням і реалізацією товару. Тому підприємство використовує посередників, які мають зв'язки на зовнішньому ринку, комерційний досвід, власну збутову і сервісну служби і т.д. Використання інструменту посередництва особливо важливо для вітчизняних промислових і комерційних структур, переважна частина яких в силу специфіки своєї діяльності та необхідності великих капіталовкладень не готові поки до створення власної збутової мережі за кордоном. Особливо незамінні торгові посередники для тих вітчизняних організацій, які вперше виходять на зовнішній ринок або ж недавно почали його освоєння. Досвід використання зарубіжних торгових посередників саме на часі для вітчизняних комерційних структур не тільки при експорті ними товарів на зовнішні ринки.