

ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Козленкова О.В., Кузнецова О.А.

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь*

С проникновением в оптовую торговлю промышленных фирм ими создавался собственный торговый аппарат. Таковы в США оптовые филиалы промышленных фирм: оптовые конторы, занятые информационным обслуживанием различных клиентов, и оптовые базы. У крупных фирм ФРГ имеются собственные отделы поставок, специальные бюро или отделения сбыта, оптовые склады. Промышленные компании создают дочерние общества для сбыта своей продукции фирмам и могут иметь свою оптовую сеть.

Важный параметр в оптовой торговле - соотношение универсальных и специализированных оптовых фирм. Всеобщей можно считать тенденцию к специализации: в специализированных фирмах производительность труда значительно выше, чем в универсальных. Специализация идет товарному и функциональному (т.е. ограничение функций, выполняемых оптовой фирмой) признаку.

Особое место в оптовой торговле занимают товарные биржи. Они похожи на торговые дома, где торгуют различными товарами, причем как оптом, так и в розницу. В основном товарные биржи имеют свою специализацию. Публичная биржевая торговля основана на принципах двойного аукциона, когда увеличивающиеся предложения покупателей встречаются со снижающимися предложениями продавцов. При совпадении цен предложений покупателя и продавца заключается сделка. Каждый заключенный контракт публично регистрируется и доводится до сведения публики через каналы связи.

В развитых странах бирж реального товара почти не осталось. Но в отдельные периоды при отсутствии других форм организации рынка, биржи реального товара могут играть заметную роль. Институт биржи не потерял своего значения для международной торговли, в связи с превращением из биржи реального товара в рынок прав на товар, или в так называемую фьючерсную биржу.

Фондовые биржи. Торговля ценными бумагами ведется на международных денежных рынках, то есть на биржах таких крупных финансовых центров, как Нью-Йорк, Лондон, Париж, Франкфурт-на-Майне, Токио, Цюрих. Торговля ценными бумагами производится в так называемое биржевое время.

В данное время торговля ценными бумагами как на внутреннем, так и на внешнем рынке приобретает огромное значение для развития мировой торговли в целом. Объемы оборота в рамках этой формы международной торговли неуклонно возрастают, хотя она и подвержена сильному влиянию внешнеполитических факторов.

Ярмарки. Одним из наилучших путей поиска контакта между производителем и потребителем являются ярмарки и выставки. На тематических ярмарках производители выставляют на выставочных площадях свои товары, а потребитель имеет возможность выбрать, купить или заказать необходимый ему товар прямо на месте. Ярмарка представляет собой обширную выставку, где стенды с товарами и услугами распределены согласно тематике, отрасли, назначения и т.п.

Во Франции многочисленные отраслевые выставки организуются организаторскими обществами, в большинстве случаев не располагающими своими ярмарочными территориями, принадлежащими торгово-промышленной палате. В ярмарочном хозяйстве Италии крупнейшей ярмарочной компанией является Миланская ярмарка, не имеющая конкурентов по своему годовому обороту, который составляет 200–250 миллионов евро. На ярмарках Великобритании выделяются две крупные, действующие и за пределами страны, компании - «Рид» и «Бленхейм», годовой оборот которых колеблется в пределах от 350 до 400 миллионов евро. Однако значительная часть своего оборота они получают и за пределами Великобритании. По официальным данным, около 30 процентов внешней торговли Италии производится через ярмарки, в том числе 18 процентов через Миланскую. Она имеет 20 представительств за рубежом. Доля иностранных участников и посетителей в среднем составляет 18 процентов. Ярмарки в Германии в целом занимают ведущее место в Европе. За последнее время годовой оборот, к примеру, Берлинской ярмарки превышает 200 миллионов евро и имеет устойчивую тенденцию к росту.

Роль ярмарок в будущем не уменьшится, а, напротив, возрастет. С развитием международного разделения труда, которое еще больше углубится благодаря свободному товарообмену в Европе. За некоторыми

исключениями посетителям и участникам Европейских ярмарок не создавалось никаких помех и ограничений.[7]

Существенные сдвиги произошли в структуре мировой торговли: увеличилась доля готовых изделий и сократился удельный вес продовольствия и сырья, кроме топлива.

В экспорте промышленно развитых стран растёт доля высокотехнологичной продукции, которая в США, Швейцарии и Японии составляет свыше 20%, Германии и Франции - около 15%. Особенно быстро растёт торговля изделиями микроэлектроники. По этой позиции с недавнего времени начинает лидировать Китай.

Анализ направлений торговли позволяет выявить, что опережающими темпами растёт взаимная торговля промышленно развитых стран, на которые приходится почти 60% мирового экспорта. Внешнеторговые связи концентрируются в рамках монополистических объединений.

В целом, можно отметить, что за прошедшее время изменился сам характер мирового рынка. На него поступают теперь уже не излишки внутреннего производства, а заранее согласованные поставки конкретному покупателю.

Мировая торговля до сих пор встречает на своём пути множество препятствий. Хотя при этом, ввиду всеобщей тенденции к мировой интеграции, создаются всевозможные торговые и экономические объединения государств для облегчения осуществления международной торговли. В современных условиях активное участие стран в мировой торговле связано со значительными преимуществами: оно позволяет более эффективно использовать имеющиеся в стране ресурсы, приобщиться к мировым достижениям науки и техники, в более сжатые сроки осуществить структурную перестройку своей экономики, а также более полно и разнообразно удовлетворять потребности населения. Кроме того, мировая торговля способствует углублению интернационализации производства, международной экономической интеграции и глобализации. Исходя из этого, изучение её современного положения и рассмотрение перспектив её развития необходимо для построения внешнеэкономической стратегии как на макро-, так и на микроуровне. Это означает, что не только государства

должны иметь свою программу поведения на международном рынке товаров и услуг, но и сами предприятия и организации, работающие на этом рынке должны иметь стратегические концепции функционирования и поведения в меняющихся условиях.

Внешняя торговля, особенно в странах с открытой экономикой, где высока доля продукции, реализуемой на мировых рынках, оказывает огромное влияние на общее состояние экономики. Динамика развития международной торговли характеризуется стремительным ростом объёмов товарооборота в последнее десятилетие. Это обусловлено как ростом экономического, так и научно-технического потенциала большинства государств. В растущем многообразии форм международной торговли весомое положение начинает занимать внутрикорпоративная торговля ТНК. Структурные сдвиги, происходящие в экономике стран под влиянием НТР, специализация и кооперирование промышленного производства способствуют активизации международной торговли. Объёмы международной торговли, движущей все международные товарные потоки, растут быстрее производства. Географическая структура международной торговли также изменяется: основной товарооборот развивающихся стран направляется на развитые, они же в свою очередь торгуют по большей части между собой, переориентируясь при этом все в большей степени на рынок услуг, развивают сферу международного туризма. Существенную роль в регулировании внешней торговли играет Всемирная торговая организация, а также различные товарные договоры и межправительственные торговые соглашения, заключаемые на двусторонней основе.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что в динамике наблюдается стремительный рост объёмов международной торговли, а доля готовой продукции в нём неуклонно растёт. Структура международной торговли, как географическая, так и товарная постоянно меняется, представляя собой в данный момент систему из двух элементов: развитые страны, торгующие в основном между собой, и развивающиеся страны, поставляющие свою продукцию в развитые страны.