

/ Т. І. Лук'янець. – К. : КНЕУ, 2002. – 200 с. 6. Сэндидж Ч. Реклама. Теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл. – М. : Прогресс, 1989. – 628 с. 7. Оганесян А. А. Рекламная деятельность / А. А. Оганесян. – М. : Приор, 2002. – 360 с. 8. Mitchel Lionel A. An Examination of Methods of Setting Advertising Budgets: Practice and Literature / Mitchel Lionel A. // European Journal of Marketing. – 1993. – Vol. 27. – No. 5. 9. Danaher Peter J. Determining the Optimal Level of Media Spending, Journal of Advertising Research, January / Danaher Peter J., Roland T. Rust – 1995. – February. 10. Дем'янова Д. Ю. Рекламне бюджетування на підприємстві як важлива складова управління / Д. Ю. Дем'янова // Управление как фактор экономического равновесия : программа и материалы VI конф. молодых ученых каф. экономики предприятия (12 дек. 2012 г., Харьков) / Нар. укр. акад. – Х. : Изд. НУА, 2012. – С. 30–32.

УДК [339.54]

Красніков Д. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВИДИ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

Анотація. Досліджено особливості видів міжнародних комерційних операцій (МКО) підприємства. Наведено класифікацію суб'єктів МКО, на основі якої можна узагальнити ключові критерії за ознакою форм власності.

Аннотация. Исследованы особенности видов международных коммерческих операций (МКО) предприятия. Приведена классификация субъектов МКО, на основе которой можно обобщить ключевые критерии по признаку форм собственности.

Annotation. The peculiarities of international commercial operations (ICO) types at an enterprise are studied. The classification of ICO subjects is presented, on this basis the key criteria of ownership patterns can be summarized.

Ключові слова: міжнародні комерційні операції, суб'єкти МКО, форми власності, об'єкти МКО, механізми реалізації ЗЕД.

У процесі поглиблення та застосування конкурентної боротьби на світових ринках дедалі більшої уваги потребує аналіз видів міжнародних комерційних операцій.

Саме тому мета цієї роботи – обґрунтування використання видів міжнародних комерційних операцій.

Дослідженню видів МКО присвячено безліч робіт закордонних та вітчизняних вчених. В основному матеріал має загальний характер, а в чисельних монографіях [1 – 3] з даної тематики розглянуто процес організації комерційних операцій на зовнішньому ринку.

Міжнародні комерційні операції (МКО) – це дії, спрямовані на організацію, проведення і регулювання процесу обміну товарами, послугами і результатами творчої діяльності між двома або кількома контрагентами різної національної належності [3]. Об'єктами МКО можуть виступати процеси обміну товарами, послугами і результатами творчої діяльності. Залежно від критерію систематизації (таблиця) МКО можна згрупувати таким чином:

Таблиця

Види МКО

За методами торгівлі	За спрямованістю торговельних потоків		За об'єктами торгівлі
Прямі	Основні	Особливі	Товари
Посередницькі	Експортні	Реекспортні	Послуги
		Реімпортні	
	Імпортні	Транзитні	Результати творчої діяльності



Жодна операція не може бути здійснена без суб'єктів впливу.

Суб'єкти МКО — це учасники, які перебувають у договірних відносинах з купівлі-продажу товарів, послуг і результатів творчої діяльності і мають право на здійснення комерційної діяльності. Багатокритеріальна класифікація суб'єктів МКО наведена на рисунку.

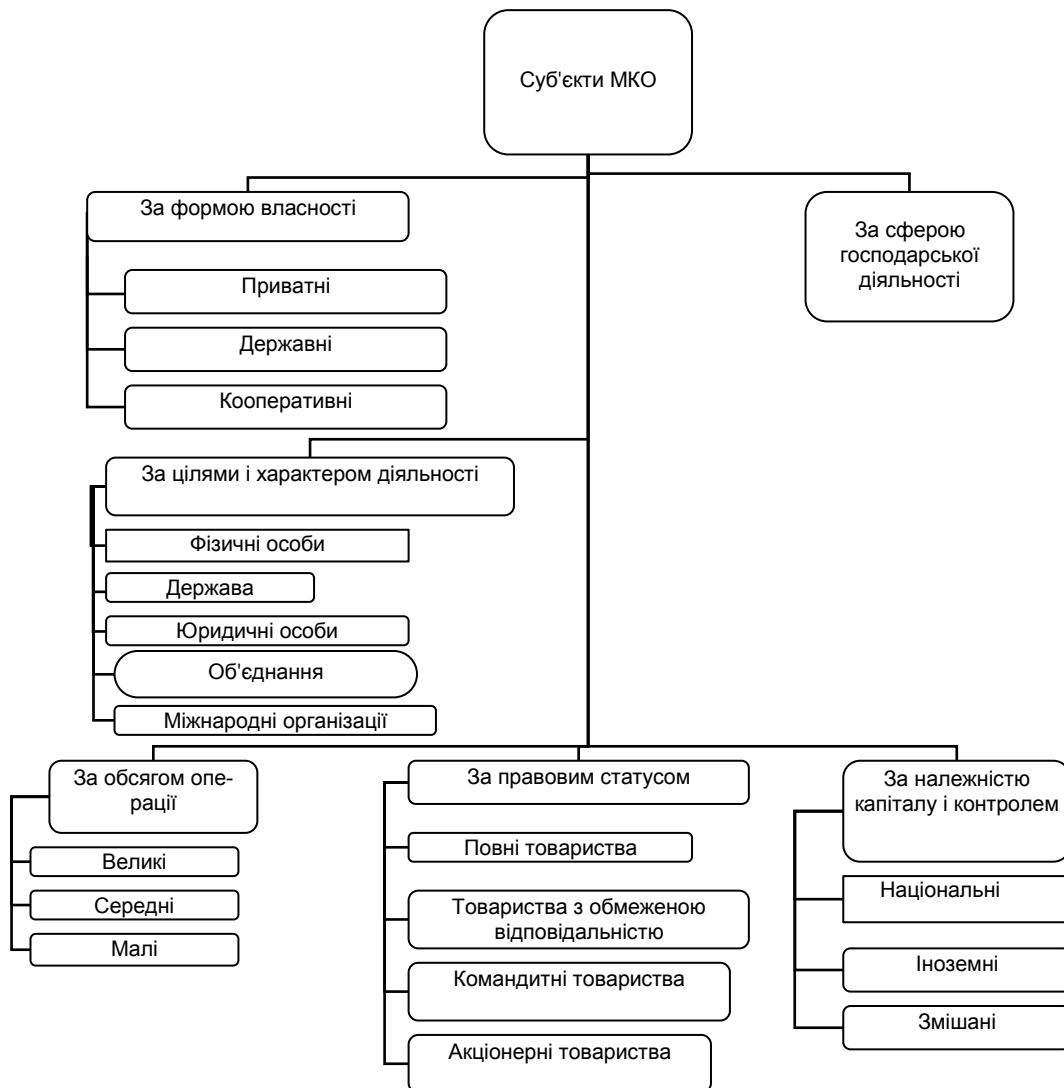


Рис. Багатокритеріальна класифікація суб'єктів МКО
(розроблено автором на підставі робіт [1 – 4])

На основі наведеної класифікації суб'єктів МКО можна узагальнити ключові критерії, до яких, з погляду автора, необхідно віднести приватні, державні та корпоративні за ознакою форм власності. Напрямом подальшого дослідження є розробка механізму реалізації ЗЕД для кожного з типів суб'єктів.

Наук. керівн. Возненко Н. І.

Література: 1. Зовнішньоекономічні операції і контракти : навч. посібн. / В. В. Козик, Л. А. Пайкова, Я. С. Карп'як та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с. 2. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2003. – 256 с. 3. Петренко А. Ю. Управління адміністративними можливостями підприємства в умовах конкурентного зовнішнього середовища / А. Ю. Петренко // Економіка розвитку. – 2012. – С. 62. 4. Гермецька О. О. Вибір стратегії розвитку з урахуванням типу інноваційної поведінки підприємства / О. О. Гермецька // Економіка розвитку. – 2012. – С. 64.