

## ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### SPECIFICS OF DOMESTIC ENTERPRISES TRADE AND MEDIATION

**Мельник А.О.**

доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри бізнес-економіки,  
Київський національний університет технологій та дизайну

**Поповіченко А.С.**

студентка,  
Київський національний університет технологій та дизайну

*У статті досліджено особливості здійснення торгової діяльності в Україні спеціалізованими посередницькими підприємствами. Виявлено проблеми розвитку посередницької діяльності в Україні. Визначено основні напрями розвитку торговельно-посередницьких вітчизняних підприємств.*

**Ключові слова:** торгівля, торговельно-посередницьке підприємство, торговельно-посередницька діяльність, ринок, посередницькі послуги.

*В статье исследованы особенности осуществления торговой деятельности в Украине специализированными посредническими предприятиями. Выявлены проблемы развития посреднической деятельности в Украине. Определены основные направления развития торгово-посреднических отечественных предприятий.*

**Ключевые слова:** торговля, торгово-посредническое предприятие, торгово-посредническая деятельность, рынок, посреднические услуги.

*In the article the peculiarities of trading activity in Ukraine specialized intermediary companies. Identified problems of mediation in Ukraine. The main directions of development of trade and mediation of domestic enterprises.*

**Keywords:** trade, retail and intermediary business, commercial and mediation, the market intermediary services.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах практично жоден виробник не обходиться без допомоги посередників. Послугами посередників користуються тому, що вони вміють найкращим чином запропонувати товари цільовому ринку. Посередництво в товарному обороті – це виконання спеціалізованими підприємствами, організаціями чи окремими особами спеціальних функцій для сприяння налагодженню комерційних взаємовідносин виробників і споживачів на товарному ринку. Посередницька діяльність спрямована на задоволення потреб покупців, а також на надання послуг підприємцям, прагнучим розширити свій ринок збуту за рахунок залучення нових споживачів пропонуваними ними товарів або послуг. Під час збуту товару безпосередньо споживачу виробник отримує весь прибуток, але йому необхідно слідкувати за ефективністю реалізації. Він повинен реалізувати свій товар настільки ж ефективно, як і професійний посередник, і за ту ж ціну. Часто посередники на протязі багатьох років вклада-

ють значні кошти в організацію складування і транспортування, тому товаровиробнику для забезпечення настільки ж ефективного збуту необхідно буде витратити просто астрономічні кошти. Виробник повинен виготовляти товари та послуги, посередник – доставляти їх до споживачів. Хоча можливі й винятки. Отже, для розуміння ролі посередників у сучасній торгівлі необхідно з'ясувати, що таке торговельно-посередницька діяльність, у чому її сутність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Окремі питання економічної природи посередництва були предметом дослідження таких учених, як: А. Андрєєва, Ю. Іванов, Р. Кокорев, В. Апопій, Н. Голошубова, І. Бланк, А. Носуліч, Е. Азарян, В. Лагутін. Однак дослідження торговельно-посередницької діяльності є здебільшого фрагментарними, здійснюваними переважно у контексті супутнього аналізу інших проблем регулювання господарської діяльності.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті – дослідити особливості

сучасного стану торговельно-посередницької діяльності в Україні та визначити її проблеми.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сукупності ринкових процесів сучасного товарного ринку швидкими темпами розвивається торговельно-посередницька діяльність. Вона є невід'ємною частиною господарсько-торговельної діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку. Під господарсько-торговельною діяльністю розуміють діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямовану на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжну діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.

У багатьох джерелах сутність торговельно-посередницької діяльності ототожують із поняттям торгівлі і наголошують, що це ініціативна, самостійна діяльність щодо здійснення купівлі та продажу товарів із метою отримання прибутку. Проте у цьому визначенні не висвітлено багатогранності цієї діяльності, оскільки її необґрунтовано зводять до процесів «купівлі та продажу товарів».

Процеси купівлі-продажу, безумовно, є важливою складовою частиною торговельно-посередницької діяльності, але її зміст значно ширший, оскільки торговельне посередництво передбачає виконання на користь виробника (продавця) значного обсягу робіт щодо пошуку контрагентів із купівлі-продажу товару, підготовки та здійснення угоди, кредитування сторін, надання гарантій реалізації товару й отримання відповідних коштів продавцем, страхування товарів та ризиків під час транспортування, проведення рекламних заходів щодо просування товарів на ринки, надання організаційно-комерційних, консалтингових та інших послуг. Виходячи із цього, можна визначити сутність торговельно-посередницької діяльності.

Торговельно-посередницька діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені або за дорученням третьої сторони. Торгово-посередницька діяльність – це діяльність, за якої посередники виступають контрагентами в купівлі-продажу товарів, займаються вивченням попиту та пропозиції товарів і закупівлею їх у товаровиробників, оптовим продажем товарів [1].

Розглядаючи торговельно-посередницьку діяльність у широкому розумінні, важливо визначити її зміст, види операцій, об'єкти і суб'єкти торговельного посередництва. Торговельні посередники – це суб'єкти незалежного і специфічного бізнесу, які здійснюють свою діяльність на основі таких принципів: рівноправність сторін, тобто партнерські взаємовідносини посередника з виробниками і споживачами про-

дукції, що передбачає альтернативні вибору контрагентів господарські зв'язки, однакову відповідальність за порушення умов договорів; підприємливість, що означає господарську кмітливість, зацікавленість у реалізації резервів, винахідливість у вирішенні конкретних завдань; оперативність, що передбачає мобільність, динамічність і своєчасність виконання завдань постачально-збутової діяльності; обслуговування контрагентів, тобто діяльність, яка впливає з їхніх потреб, надання їм комплексу послуг; економічна зацікавленість суб'єктів господарювання в організації опосередкованих каналів розподілу; комерційні засади діяльності, тобто ділова активність; договірні засади взаємовідносин із контрагентами.

Залежно від функцій, виконуваних посередниками, можна вирізнити такі види торговельно-посередницької діяльності:

– торговельно-посередницька діяльність із перепродажу товарів;

– торговельно-посередницька діяльність зі створення умов для здійснення актів купівлі-продажу, організації товарообігу.

До першого виду належать перепродаж товарів від імені або за дорученням товаровиробника, комісійна й консигнаційна торгівля, інші види перепродаж за дорученням другої сторони. Одним із таких видів є лізингова діяльність, але зважаючи на її роль у сучасному ринковому процесі та особливості виконання, ми розглядатимемо її окремо.

До другого виду належить діяльність зі сприяння суб'єктам товарного обігу в здійсненні ними операцій купівлі-продажу, створення умов для укладання комерційних угод [2].

Посередники забезпечують клієнтам пошук контрагентів, підписують угоди від імені продавця, покупця, надають гарантії оплати товару покупцем, вони проводять рекламні кампанії та маркетингові дослідження ринків.

Діючи в певному сегменті ринку, посередники, як правило, спеціалізуються на відповідних групах товарів та послуг, тому значно швидше виробників знаходять контрагентів, зацікавлених у купівлі таких товарів. Це дає змогу виробнику скорочувати транзакційні витрати, збільшувати швидкість обертання виробничого та торговельного капіталу.

В Україні торговельно-посередницька діяльність розвивається досить суперечливо: з одного боку, лібералізація торгівлі, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, роздробленість і віддаленість постачальників і покупців, ускладнення комерційних операцій об'єктивно потребують прискореного формування інституту торговельних посередників як елементу інфраструктури товарного ринку; з іншого – нерозробленість нормативної бази, низький професійний рівень посередників стримують процес формування посередницьких структур, заганняють їх діяльність у «тінь». У зв'язку із цим особливої акту-

альності набувають питання сутності змісту посередництва в умовах національної економіки, форми прояву, а також механізму регулювання торговельно-посередницької діяльності.

Сутність торговельного посередництва в Україні, на жаль, трактується вузько. Це поняття зводиться до здійснення угод суб'єктами від імені і за рахунок третьої особи. Однак його потрібно розглядати як підприємницьку діяльність юридичних або фізичних осіб щодо забезпечення комерційних операцій або як стадію обороту товарів та послуг. При цьому посередники здійснюють угоди як від імені і за рахунок замовника, так і від свого імені. Торговельно-посередницька діяльність має низку особливостей: представляючи виробників, експортерів, покупців, посередники здійснюють за їхнім дорученням як юридичні, так і фактичні дії; посередники не тільки здійснюють угоди, а часто і фінансують їх, надають послуги, беруть на себе ризик; посередники здійснюють угоди і представляють інтереси замовника; угоди здійснюються на договірній основі [3].

Найбільш складною і нерозв'язаною проблемою розвитку торговельного посередництва є слабка правова база. Потрібно зазначити, що правова база регулювання торговельно-посередницької діяльності, як і всього економічного обороту, складається із фрагментів непрямих законів. В її основі лежать також відомчі нормативні акти, різні інструкції і положення, а частіше за все розробки самих посередників. Зрозуміло, що таку базу не можна вважати прийнятною. Необхідні прямі закони, систематизовані норми права. Мова йде передусім про прийняття Закону України «Про торгівлю», який буде сприяти ефективному регулюванню всієї сукупності відносин, які виникають у сфері торгівлі. Разом із тим у будь-якому варіанті він не в змозі охопити і тим більше регулювати багатоманітність аспектів посередницької діяльності. У зв'язку із цим дуже важливо прискорити прийняття Цивільного (Комерційного) кодексу, відобразивши у ньому види договорів торговельно-посередницької діяльності і регулювання договірних відносин. Парадоксально, але нині, по суті, відсутні норми регулювання таких специфічних договорів, як договір про надання права продажу товарів, договір консигнації, агентський договір, біржовий контракт, договір лізингу, договір аукціонного продажу та ін. Між тим на практиці операції в рамках таких договорів здійснюються досить широко [4].

Друга важлива причина, яка стримує розвиток торговельно-посередницької діяльності, носить організаційний характер. Сутність проблеми полягає у тому, що в Україні організаційні форми торговельного посередництва формуються стихійно. Вони часто мають вигляд деформованих копій зарубіжних структур, які важко вписуються в реальну вітчизняну практику.

Аналіз показує, що структура посередницьких фірм спрощена, нераціональна у функціональ-

ному плані. Це стосується передусім бірж, аукціонів, дистрибуторських, консигнаційних фірм, брокерських контор. У них «урізана» функціональна структура. Водночас вона універсальна. Пояснюється це двома причинами: по-перше, прагненням до економії коштів на функціонування посередницької фірми; по-друге, загальною тенденцією до універсальності діяльності посередників. Виникає необхідність розробки оптимальних організаційних форм і структур у сфері торговельного посередництва у вигляді рекомендацій, технологічних схем з урахуванням міжнародного досвіду й особливостей національної економіки. Гостро стоїть питання про територіальну організацію посередників, їх спеціалізацію. Справа в тому, що дуже важливим принципом функціонування більшості посередників є розподіл територій. Це означає, що посередник територіально обмежений у своїй діяльності. Реалізація цього принципу потребує регулювання територіальної організації посередників, їх розмежування, спеціалізації, перегляду антимонопольного законодавства [5].

Також можна виділити таку проблему, як труднощі з реєстрацією відкриття власної справи [6]. Звичайно, за останні п'ять років масового розвитку бізнесу в Україні гострота її помітно зменшилася. Багато охочих почати бізнес уже мають у своєму розпорядженні необхідну інформацію про процедуру реєстрації, можуть одержати в органах реєстрації, у консультантів-індивідуалів або у спеціалізованих фірмах зразки документів і необхідні поради. Проте за витратами часу, грошових коштів, нервових зусиль процедура реєстрації підприємства в Україні все ще залишається громіздкою і надмірно ускладненою, особливо порівняно з тією, що діє в розвинених країнах.

Розвиток торговельно-посередницької діяльності в останні роки в Україні гальмується. Найважливішим показником розвитку торговельно-посередницької діяльності виступає загальний товарооборот підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі. Загальний оборот підприємств оптової торгівлі протягом 2012–2013 рр. мав чітко виражену тенденцію до зростання, але в останні роки спостерігається стійка динаміка зменшення показнику товарообороту. Зокрема, у 2014–2015 рр. відбувся значний спад у загальному обсязі обороту підприємств оптової торгівлі [7]. Таке падіння зумовлене загальноекономічною кризою в Україні та світі, спадом ділової активності, зменшенням доходів населення, зниженням обсягів промислового виробництва, скороченням обсягів зовнішньоторговельних операцій. Недостатній рівень правового, організаційного та фінансово-економічного розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні не сприяв зменшенню негативного впливу вищенаведених факторів.

Для розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні необхідно:

1) розвивати різні види торговельно-посередницьких підприємств за функціональним призначенням, спеціалізацією, розмірами, організаційно-правовими формами господарювання;

2) створювати оптові асоціації шляхом добровільного об'єднання наявних торговельно-посередницьких підприємств, до складу яких слід включити фінансові, інформаційні, наукові та інші інститути;

3) удосконалювати та оновлювати торгову інфраструктуру, що передбачає налагодження тісної взаємодії товаровиробників, роздрібної торгівлі з оптовою торгівлею, органічну інтеграцію виробництва і збуту на основі маркетингу;

4) удосконалювати механізм управління комерційною діяльністю торговельно-посередницьких підприємств;

5) упроваджувати на торговельно-посередницьких підприємствах сучасні інформаційні системи;

6) сприяти розвитку продажу через мережу Інтернет;

7) підвищувати рівень обслуговування та зниження цін на товари і послуги.

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, у

числі фірм, підприємств і організацій учасників ринкового товарного обороту особливе місце відводиться торговельно-посередницькій галузі, яка є важливим провідником товарної, фінансової і інвестиційної політики. Раціонально організована торговельно-посередницька діяльність сприяє оптимізації виробничої і комерційної діяльності, розширенню її масштабів, підвищенню ефективності на основі комплексних ринкових досліджень, вивчення всіх факторів ризику, достовірного прогнозування майбутнього з достатньо чіткими орієнтирами бажаного комерційного успіху. Тим самим дана галузь створює необхідну комерційну інформацію для надання відповідних послуг усім учасникам ринкового обороту, які потребують управління власними ринковими сегментами по всьому ланцюгу відтворювального процесу. Але становлення торговельно-посередницької діяльності в Україні пов'язане з багатьма складними проблемами правового, організаційного, фінансово-економічного характеру. Їх вирішення дасть змогу сформувати широку сітку посередницьких структур, що особливо важливо в умовах лібералізації міжнародної торгівлі й активізації вітчизняного товарного виробництва.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Носулич А.М. Організаційно-економічний механізм оптової торговельної діяльності: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / А.М. Носулич; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2010. – 217 с.
2. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: [монографія] / В.Д. Лагутін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008.
3. Апопий В. Проблемы становления торгового посредничества в Украине / В. Апопий // Проблемы предпринимательства. – 2009. – № 6. – 331 с.
4. Оптовая торговля: инфраструктура и тенденции развития: [монография] / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.М. Азарян. – Донецк: Дон ГУЭТ, 2005.
5. Бланк Й.А. Торговий менеджмент / Й.А. Бланк. – К.: УФІМБД, 2008. – 297 с.
6. Економіка торгового підприємства / За ред. Н.М. Ушакова. – К.: Хрещатик, 1999. – 146 с.
7. Голошубова Н.О. Оптова торгівля: організація та технологія: [навч. посіб.] / Н.О. Голошубова, В.М. Торопков. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 346 с.