



ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО; ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

В. В. Рєзнікова
кандидат юридичних наук,
доцент кафедри трудового, земельного та господарського права
Хмельницького університету управління та права

УДК 347.732

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОВАРНОМУ РИНКУ

Статтю присвячено особливостям здійснення посередницької діяльності на товарному ринку. Здійснено економіко-правовий аналіз посередництва на товарному ринку. Визначено поняття та зміст торговельного посередництва. Особливу увагу приділено аналізу причин, що стримують розвиток посередництва на товарному ринку.

Статья посвящена особенностям осуществления посреднической деятельности на товарном рынке. Осуществлен экономико-правовой анализ посредничества на товарном рынке. Определено понятие и содержание торгового посредничества. Особое внимание уделено анализу причин, которые сдерживают развитие посредничества на товарном рынке.

This article is dedicated to specialties of realization of mediation activity in goods market. Economical and legal analysis of mediation in goods market has been provided. Content and notion of trade mediation have been determined. Special attention is given to analysis of reasons that help development of mediation in goods market.

Ключові слова: товарний ринок, торговельне посередництво, торговельно-посередницька діяльність, торговельний посередник.

Багаторічний досвід передових країн світу підтвердив у більшості випадків недоцільність відволікання уваги підприємців від основної господарської діяльності на виконання функцій з укладення господарських угод власними зусиллями. Адже для укладення угод на новому ринку збуту власних товарів та послуг необхідно не лише володіти кваліфікованими знаннями у певній сфері, але й спеціальною інформацією, в т. ч. і щодо місцевого ринку, особливостей місцевої торгівлі. Крім того, укладення угод окремих категорій або укладення угод щодо окремих видів майна є можливим лише для осіб, що володіють спеціальним статусом та мають ліцензію на здійснення відповідної господарської діяльності. Саме тому на даний час звичайною практикою в таких випадках стає надання посередницьких послуг за винагороду професійними посередниками в

© Рєзнікова В. В., 2010



сфері торгівлі. У більшості випадків мова йде про виступ посередника в господарському обороті від власного імені, за рахунок та в інтересах виробника продукції та/або власника товару. З розвитком ринкової економіки в нашій країні форми підприємницької діяльності стають все більш різноманітними. Сучасна система господарських взаємовідносин між виробниками товарів і послуг, а також між ними та споживачами, заснована на спеціалізації виробництва, є немислимою без професійного посередництва. Наявність інституту професійного комерційного (торговельного) посередництва вказує на більш чи менш розвинутий стан майнового обороту — ускладнення та багатоманітня господарських відносин. Тому, як вбачається з викладеного, для вітчизняного господарського законодавства актуальним є питання правового регулювання функціонування професійного комерційного (торговельного) посередника — особи, що на постійній основі за винагороду надає посередницькі послуги на товарному ринку іншим суб'єктам господарювання. Відносини посередництва в сфері господарювання виникли давно, однак норми, з котрих складається комерційне (торговельне) посередництво як самостійний інститут, з'являються лише зі зростанням товарного обороту та розвитком основних форм торгівлі й інших видів підприємницької діяльності.

Посередництво на товарному ринку є нерозривно пов'язаним зі здійсненням торговельної та/або торгово-посередницької господарської діяльності.

Суб'єкти господарювання в умовах ринкової економіки значну увагу приділяють проблемам оптимізації процесу просування товарів від виробника до споживачів. Їм доводиться обирати: продавати товар самостійно чи користуватись послугами посередників. Оскільки існує два основних способи доведення товару та/або послуги до споживача: можна продавати товар або надавати послугу безпосередньо споживачу або реалізовувати їх через посередників. Реалізація через посередника звільняє виробника від необхідності йому самому знаходити покупців і здійснювати продаж. При збуті товару безпосередньо споживачу виробник отримує весь прибуток, але йому необхідно слідкувати за ефективністю реалізації. Він повинен реалізувати свій товар настільки ж ефективно, що і професійний посередник, і за ту ж ціну. Часто посередники протягом багатьох років вкладають значні кошти в організацію складування та транспортування, тому товаровиробникові для забезпечення настільки ж ефективного збуту необхідно буде витратити значно більші кошти. Окрім того, у багатьох виробників не вистачає фінансових ресурсів для здійснення прямого продажу. Але навіть якщо товаровиробник і може дозволити собі створити власні канали розподілу, в багатьох випадках він отримає більші прибутки, якщо збільшить капіталовкладення в свій основний бізнес. Використання в торговельному обороті посередників пояснюється в основному їх неперевершеною ефективністю в забезпеченні широкої доступності товару і доведення його до цільових ринків. Завдяки своїм діловим контактам, підприємницькому досвіду, спеціалізації і “розмаху” діяльності посередники пропонують суб'єктові господарювання — товаровиробникові більше того, що він може зробити самостійно. Тому, як зазначають окремі автори, кожен повинен займатися своїми справами: виробник — виробляти, посередник — доставляти товар (послуги) до споживачів [2, с. 29]. Хоча можливі і винятки з правила.

Тому для розуміння ролі посередників в сучасній торгівлі необхідно, передусім, з'ясувати, що таке торговельно-посередницька діяльність, в чому її сутність. Також необхідно визначити, який розвиток має в Україні торговельне посередництво, в чому полягають проблеми його регулювання. Передусім, належить з'ясувати, — чому виробники звертаються за послугами до торговельних посередників, покладаючи на них частину роботи по збуту товарів. Адже в результаті таких дій виробник неспроможний повністю контролювати, кому і яким чином продається його продукція. Послугами посередників користуються тому, що вони можуть найкращим чином запропонувати товари цільовому ринку. Використовуючи свої ділові зв'язки, ділову репутацію, професійні навички, переваги спеціалізації і високу якість роботи, посередники, зокрема, можуть принести виробнику більше користі, аніж би він здійснював збут своєї продукції самостійно. З економічної точки зору, завдання торговельних посередників — трансформувати асортимент продукції,



що випускається виробниками, в асортимент товарів, необхідних споживачам. Виробники у великій кількості випускають обмежений асортимент продукції, а споживачам необхідний широкий асортимент товарів у невеликій кількості. Виконуючи функції каналу розподілу, посередники закупають у багатьох виробників велику кількість товарів. Після цього вони подрібнюють цю партію товарів на більш менші частини, що включають у себе весь асортимент продукції, необхідний для споживача. Таким чином, з точки зору економіки та маркетингу, посередники відіграють велику роль у встановленні співвідношення між попитом та пропозицією. Однак, з правової точки зору, такий підхід може призвести до ототожнення понять торгівельної, посередницької та торговельно-посередницької діяльності.

Суб'єкти торгівельної діяльності, які спеціалізуються на виробництві і реалізації товарів, виконанні робіт, наданні послуг, завжди зацікавлені в тому, щоб знизити загальний рівень товарних запасів, зменшити загальну кількість торгівельних операцій і в той же час наблизитися до споживача, оскільки на всіх етапах розвитку вітчизняної економіки пошук та вибір каналів фізичного руху товару (просування та реалізації його на ринку) належав до найактуальніших завдань, що вирішуються в сфері матеріально-технічного забезпечення виробництва товарів, робіт та послуг.

Досягається ця мета через посередництво, і виробник не може обійтися без допомоги торгівельного посередника, як мінімум, з двох причин:

- 1) прагнення до максимального розширення (або збереження) свого сегмента на ринку в конкурентному середовищі;
- 2) неможливість у рамках діючих на ринку цін утримати на прийнятному рівні свої витрати при необхідності задоволення значної кількості дрібних замовлень, що спонтанно надходять, та їх виконання в потрібні споживачеві терміни.

Але те, що економічно нерозв'язно (або вирішується в великих втратах) для виробника, цілком досяжно для торгового посередника, що діє в зоні максимального наближення до споживача і діє відповідно до його індивідуального попиту. Торгово-посередницька ланка, таким чином, забезпечує за допомогою інших суб'єктів ринкової інфраструктури сполучення початкової та кінцевих ланок, узгодження їх взаємних і у той же час суперечливих інтересів. В міжнародній практиці торгівельне посередництво, окрім посередницької послуги, що є основною, виражається також у таких видах додаткових (супутніх) послуг: кредитування сторін, рекламні заходи, страхування товарів та ін. Торговельні (комерційні) посередники, таким чином, є складовою інфраструктури товарного ринку. В свою чергу, інфраструктура товарного ринку, на думку окремих спеціалістів, являє собою сукупність організаційно-економічного, технічного, технологічного і нормативно-правового потенціалу економіки, закладеного у вирішальні можливості окремих галузей і видів діяльності надати сфері обслуговування необхідний набір послуг для результативності товарообмінних операцій [3, 94].

Посередництво на товарному ринку, тобто на ринку товарів і послуг (торговельне посередництво) розглядається як різновид торгівельно-посередницької діяльності.

Торгово-посередницька діяльність — явище доволі поширене на міжнародних та внутрішніх ринках. У таких країнах, як Великобританія, США, Японія, Німеччина, Швеція на частку посередників приходиться до половини обороту товарів та послуг. В Україні торгово-посередницька діяльність розвивається досить суперечливо: з одного боку — лібералізація торгівлі, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, роздрібненість та віддаленість постачальників і покупців ускладнення комерційних операцій об'єктивно потребують прискореного формування інституту торгових посередників як елементу інфраструктури товарного ринку; з іншого — нерозробленість нормативної бази, низький професійний рівень посередників, загальна недовіра до них стримують процес формування посередницьких структур. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання сутності змісту торговельного посередництва в умовах національної економіки, форм здійснення, а також механізму регулювання торговельно-посередницької діяльності.

Сутність торгового посередництва на вітчизняних теренах, на жаль, трактується вузько і не зовсім коректно. Це поняття зводиться до здійснення угод від імені і за



рахунок третьої особи. Однак, при такому тлумаченні торговельного посередництва воно ототожнюється з комерційним представництвом. Насправді ж його потрібно розглядати як підприємницьку діяльність юридичних або фізичних осіб по забезпеченню комерційних операцій або як стадію обороту товарів та послуг. При цьому посередники діють в торговельному обороті, як правило, від власного імені, хоч і за рахунок та в інтересах замовника, тобто в “чужому” інтересі. Торговельно-посередницька діяльність має ряд *особливостей*: діючи в інтересах виробників, експортерів, покупців, торговельні посередники здійснюють, за їхнім замовленням, дії як юридичного, так і фактичного характеру; торговельні посередники не тільки здійснюють угоди, а часто й тією чи іншою мірою беруть участь у їхньому фінансуванні, тобто, надаючи торговельно-посередницьку послугу, беруть на себе комерційний ризик; торговельні посередники діють в торговельному обороті в інтересах замовника; угоди здійснюють на договірній основі.

Торгово-посередницька діяльність, за визначенням М. І. Белявцева, Л. В. Шестопалова, — це діяльність, при якій посередники виступають контрагентами в купівлі-продажу товарів, робіт, послуг; займаються вивченням попиту та пропозиції товарів і закупівлею їх у товаровиробників, оптовим продажем товарів покупцям [4, с. 179].

Це також, на думку авторів діяльність, що в умовах розвинених ринкових відносин характеризується наступними *ознаками*:

- 1) *мотиви та умови виникнення* — результат дії об’єктивних законів товарного виробництва і обігу, формування реальних потреб суб’єктів господарювання;
- 2) *роль і місце посередництва* — це органічна система торгово-розподільної системи, що ефективно сприяє просуванню товарів від виробника до споживача;
- 3) *предмет товарного посередництва* — будь-яка продукція, призначена для професійного використання або перепродажу;
- 4) *економічні гарантії* — посередник — підприємець розділяє ризик з виробниками товарів у зв’язку з неможливим їх продажем або продажем за цінами, що не забезпечують необхідний рівень прибутку;
- 5) *основні цілі посередника* — посередник функціонує на користь своїх контрагентів і у своїх власних інтересах з метою отримання відповідного прибутку;
- 6) *юридичне відношення до предмету посередництва* — в основному набувають права власності на товари;
- 7) *організаційні умови функціонування* — різноманітність і динамічність організаційних форм посередництва, видів робіт і послуг;
- 8) *міра свободи і межі діяльності* — вільна доцільна спеціалізація на тому сегменту ринку, де може бути досягнута кваліфікаційна перевага;
- 9) *методи і прийоми роботи зі споживачами* — диференціальний підхід до різних потреб, орієнтація на безпосередні запити споживачів, здійснювана на основі маркетингових досліджень сегментованого ринку;
- 10) *джерело доходів* — плата, що визначається суспільно необхідними витратами на здійснення даних робіт у межах оптової ціни виробника та ціни попиту;
- 11) *оплата праці* — виходячи з результатів діяльності та реального внеску кожного.

При цьому робиться наголос на тому, що діяльність торгово-посередницької ланки повинна ґрунтуватися на ряді *принципів*:

- 1) підвищення ролі стратегічного планування й управління для забезпечення стабільного виробництва та споживання продукції в народному господарстві, створенні на цій основі умов для більш стійкого та надійного функціонування сфери обігу;
- 2) виділення економічних пріоритетів у стимулюванні матеріальних і фінансових потоків у найбільш ефективній галузі, виходячи з господарсько-політичних і соціальних завдань, що вирішуються країною на кожному даному етапі;
- 3) мобілізація внутрішніх резервів, забезпечення раціонального використання й економії фінансових і матеріальних ресурсів у кожній ланці народногосподарського



комплексу;

4) підвищення відповідальності за виконання договірних зобов'язань щодо постачань і транспортування продукції всіма учасниками ринкового обороту на підставі взаємних прав та обов'язків, обумовлених господарськими договорами, контрактами, замовленнями;

5) найбільш ефективна організація процесу реалізації продукції, що випускається підприємствами, і закупівель матеріальних ресурсів споживачами у необхідному асортименті і в підготовленому до виробничого споживання вигляді при мінімальних витратах обігу і сукупних запасах;

6) створення умов і використання існуючих інструментів, що дозволяють якісно та ефективно задовольняти запити покупців, гнучко маневрувати матеріальними ресурсами і прискорювати їх оборотність на користь стабілізації та зростання економіки;

7) створення сучасної високо-технічно оснащеної матеріально-технічної бази з ключовими елементами ринкової інфраструктури в комерційній ланці, безперервне її вдосконалення для пропорційного розвитку сфери обігу відповідно до вимог виробництва;

8) використання наукових методів управління матеріальними потоками на основі сучасних підходів та методів, широкого використання можливостей електронного ринку з метою максимального і своєчасного задоволення ринкових запитів покупців;

9) використання форм і методів маркетингу для встановлення механізмів взаємовигідних угод не тільки з ринковими партнерами, але і в суспільстві за рахунок активного використання комунікативних моделей.

За переконанням М. І. Белявцева, Л. В. Шестопалова дотримання цих принципів формування комерційних зв'язків дозволить торгово-посередницькій системі активно впливати на виробництво, виявляти невідповідності між попитом та пропозицією на ті чи інші види товарів і послуг, формувати раціональні комерційні зв'язки між постачальниками та споживачами [4, с. 179–186].

З викладеного вбачається, що в умовах ринкових відносин торговельні посередники — це суб'єкти незалежного та специфічного бізнесу, які здійснюють свою діяльність на основі таких *принципів*:

1) *рівноправність сторін*, тобто партнерські взаємовідносини торговельного посередника з виробниками і споживачами продукції, що передбачає альтернативу вибору контрагентів господарських зв'язків, однакову відповідальність за порушення умов господарських договорів;

2) *підприємливість*, що означає господарську кмітливість, заінтересованість в реалізації резервів, винахідливість у вирішенні конкретних комерційних завдань;

3) *оперативність*, що передбачає мобільність, динамічність, і своєчасність виконання завдань постачально-збутової діяльності;

4) *обслуговування контрагентів*, тобто діяльність, яка впливає з їхніх потреб, надання їм комплексу послуг;

5) *економічна заінтересованість* суб'єктів господарювання в організації опосередкованих каналів розподілу;

6) *економічні засади діяльності*, тобто ділова активність, з огляду на існування потреби отримання посередником достатнього прибутку.

7) *договірні засади взаємовідносин із контрагентами*.

Таким чином, торговельне посередництво виступає особливим видом підприємницької діяльності на ринку товарів та послуг. Класифікатор видів економічної діяльності, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 26.12.2005 р., також відносить торговельне посередництво до окремих видів економічної діяльності у сфері обігу, яка має виражений підприємницький характер.

Торговельне посередництво — обов'язковий елемент ринку. Господарюючі суб'єкти використовують посередників для найбільш кваліфікованого забезпечення зручності придбання продукції за факторами часу, місця, форми і власності; витрат на реалізацію продукції або здійснення операцій з матеріально-технічного забезпечення виробництва; зниження рівня запасів готової продукції, кращого контактування зі споживачами або



постачальниками — банками, транспортними, складськими, експедиторськими, страховими підприємствами, іншими суб'єктами сфери товарного обігу; досягнення високої оперативної реакції на зміни ринкової кон'юнктури; підвищення ступеня конкурентоспроможності товарів; забезпечення доступу до первинної ринкової інформації [5, с. 26–27].

Розглядаючи торговельно-посередницьку діяльність в широкому розумінні, важливо визначити її зміст, види здійснюваних в торговельному обороті посередницьких операцій, об'єкти і суб'єкти торговельного посередництва.

Водночас, види і характер торговельно-посередницьких операцій обумовлюються *функціями*, які виконуються посередниками:

1) *дослідницька робота* — збір інформації, необхідної для планування та покращення торговельного (комерційного) обміну;

2) *стимулювання збуту* — короткотермінові заходи, спрямовані на стимулювання швидкої реакції ринку у відповідь на пропоновану суб'єктом господарювання продукцію;

3) *встановлення підприємницьких контактів* — налагодження і підтримання господарських зв'язків з потенційними покупцями;

4) *притосування товарів до умов ринку* — приведення товарів у відповідність з вимогами покупців, тобто існуючого попиту на ринку того чи іншого товару (це стосується також таких видів діяльності як виробництво, сортування, монтаж, упакування);

5) *проведення переговорів* — спроби узгодження цін та інших умов для подальшого укладення господарських договорів;

6) *організація руху товарів* — транспортування і складування товарів;

7) *фінансування* — пошук та використання коштів для покриття витрат діяльності з доставки товарів для споживачів;

8) *несення підприємницького ризику* — прийняття на себе господарської відповідальності за доведення товарів до кінцевих споживачів.

При цьому, слід зауважити, що виконання перших п'яти функцій сприяє укладенню господарських договорів, а наступних трьох — виконанню вже укладених господарських договорів. І суть питання полягає не в тому, чи потрібно ці функції виконувати, — потрібно і обов'язково, — а швидше в тому, хто повинен їх виконувати.

Усім вищевикладеним функціям властиві три загальні властивості: вони поглинають дефіцитні ресурси; нерідко можуть бути виконані більш ефективно завдяки спеціалізації; можуть виконуватися і торговельними посередниками і виробником.

Якщо частину цих функцій виконує виробник, то його виробничі витрати відповідно зростають, а значить ціни на товар пропорційно стануть вищими. При передачі частини функцій торговельним посередникам витрати, а як наслідок, — і ціни виробника, нижчі. Посередники, однак, в цьому випадку повинні отримувати плату за надавані ними посередницькі послуги, щоб покривати, в т.ч. і власні витрати з організації торговельно-посередницької діяльності.

Найбільш характерними посередницькими операціями в рамках перерахованих функцій являються операції з організації перепродажу товарів, комісійні, консигнаційні, брокерські тощо. Торговельні посередники здійснюють відповідні посередницькі операції на ринку товарів, ринках як рухомого майна, так і об'єктів нерухомого майна (в т.ч. і на ринку землі), на ринку послуг.

Відповідно і *об'єкти* ринку відповідають виду ринку і його особливостям. Інакше кажучи, об'єктами посередницьких операцій виступають продукція промислового призначення, товари широкого вжитку, послуги тощо.

Суб'єктами торговельно-посередницької діяльності являються фізичні та юридичні особи — підприємці: комісійні фірми, консигнаційні склади, брокери та ін.

Суб'єкти торговельно-посередницької діяльності можуть бути умовно поділені на три групи: *незалежні*, *частково залежні* і *залежні*. Залежність настає в силу територіальних, цінових та/або інших обмежень посередника з боку замовника. В складі *торговельно-посередницького товарообігу*, що характеризує обсяг посередницьких



операцій щодо купівлі-продажу товарів без якої-небудь технологічної обробки, виділяють *обіг на біржовому ринку та обіг на позабіржовому ринку* [6, с. 161–162]; *обіг на внутрішньому ринку та на зовнішньому ринку*.

Водночас мають місце й певні проблеми становлення та розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні.

Зокрема, законодавство України, що регулює посередницьку діяльність у сфері товарообігу, істотно відстає від торговельної практики. Незважаючи на те, що фактично в торговельній діяльності беруть участь торгові агенти, брокери, консигнатори і консигнанти тощо, законодавство України не визначає їх юридичного статусу, суті (основного змісту) здійснюваної ними господарської діяльності. Правове регулювання торговельно-посередницької діяльності, як і всього економічного обороту, є фрагментарним, “непрямим”, тобто таким, що регулює відповідні посередницькі відносини лише побічно, в процесі нормативного врегулювання інших видів господарських відносин. В основі правового врегулювання торговельно-посередницької діяльності лежать відомчі нормативно-правові акти, різні інструкції та положення, а частіше за все локально-правові розробки самих посередників. Зрозуміло, що такий стан регулювання торговельно-посередницької діяльності не можна вважати прийнятним. Необхідними є законодавчі акти прямої дії, систематизовані норми права. Мова йде перш за все про прийняття Закону України “Про торгівлю”. Такий закон буде сприяти ефективному регулюванню всієї сукупності відносин, які виникають у сфері торгівлі, оскільки чинний Господарський кодекс України неспроможні охопити і тим більше врегулювати всю багатоманітність аспектів торговельно-посередницької діяльності.

Друга важлива причина, яка стримує розвиток торговельно-посередницької діяльності, носить організаційний характер. Суть проблеми полягає в 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 господарювання. В літературних джерелах, зокрема відзначається, що структура посередницьких фірм спрощена, нераціональна у функціональному плані. Це стосується перш за все дистрибуторських, консигнаційних фірм, брокерських контор. У них “урізана” функціональна структура. В той же час вона універсальна. Пояснюється це двома причинами: по-перше, прагненням до економії коштів на функціонування посередницької фірми; по-друге, загальною тенденцією до універсалізації діяльності посередників [2, с. 29-30]. Виникає необхідність розробки оптимальних організаційних форм і структур у сфері торговельного посередництва у вигляді рекомендацій, технологічних схем, з урахуванням міжнародного досвіду і особливостей національної економіки.

Гостро стоїть питання про територіальну організацію посередників, їх спеціалізацію. Справа в тому, що дуже важливими принципами функціонування більшості посередників являється розподіл територій. Це означає, що торговельний посередник є, здебільшого, територіально обмеженим в своїй діяльності. Реалізація цього принципу потребує регулювання територіальної організації посередників, їх розмежування, спеціалізації, перегляду антимонопольного законодавства.

Ще одним об’єктивно існуючим фактором, що стримує розвиток посередництва на товарному ринку є проблема регулювання посередництва в процесі електронної торгівлі. Справа в тому, що в останні роки України підхопила світову тенденцію розвитку Інтернет-ресурсів. Прогрес не стоїть на місці, а, отже, Інтернет, як універсальний та зручний у практичному використанні засіб спілкування поширив свою дію і на сферу господарювання. На даний час, функціонування національних ринків товарів та послуг, їх інтеграція у світову економічну систему вже є неможливими без розвитку електронної торгівлі. Застосування інструментів електронної торгівлі стало можливим завдяки розвитку Інтернет-технологій, електронного документообороту, логістики і електронних платіжних систем. Тому й саме поняття електронної торгівлі все частіше розглядається як загальна форма надання інформаційно-комунікаційних послуг в сфері торгівлі. Електронну торгівлю також визначають як новий спосіб організації, управління та



здійснення (укладення, виконання, припинення) бізнес-угод з використанням комп'ютерів та комунікаційних мереж. У вузькому розумінні це поняття означає процес купівлі-продажу, який підтримується електронними технологіями. У широкому розумінні поняття "електронна торгівля" включає в себе застосування комп'ютерних технологій (телефонно-телексних мереж, електронної пошти, систем Інтернет) для контролю над складськими запасами, прогнозами попиту та пропозицій, тенденціями зміни цін, картковими формами платежів. Також електронна торгівля передбачає рекламну діяльність, випуск та постійне оновлення електронних каталогів, проведення електронних торгів (аукціонів), здійснення засобами телекомунікацій багаторівневого маркетингу, електронного підпису, верифікацію печаток у процесі укладення посередницьких угод тощо. За визначенням Всесвітньої організації торгівлі під електронною торгівлею розуміється виробництво, реклама, продаж та розповсюдження (просування на ринку) товарів за допомогою телекомунікаційних мереж. Комп'ютерні системи та телекомунікаційні мережі дають можливість знайти необхідний товар, місце розташування торговельних закладів, де такий товар можна придбати, ознайомитися з оцінками та думками про діяльність електронних магазинів, їхніми рейтингами на певних ринках, характеристиками та потенційними споживачами. Отже, у посередників існує реальна можливість обслуговувати вузькоспеціалізовані кітові ринки, розробляти стратегії надання послуг. В той же час, в господарському обороті, окрім терміну "електронна торгівля", з'явився інший термін — "Інтернет-комерція" (економіка), до визначення якого немає єдиного підходу. Так, одні вчені розглядають його як сукупність засобів і методів, що дозволяє застосовувати Інтернет-технології для вирішення економічних завдань. Інші вчені розглядають поняття електронної комерції як укладення шляхом обміну електронними документами угод купівлі-продажу, поставки, угод про розподіл продукції, договорів факторингу, лізингу, проектування, консалтингу, страхування, банківських послуг, транспортних послуг тощо. Практиками пропонується розглядати електронну комерцію як таку форму постачання продукції, за якою вибір та замовлення товару здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем та продавцем здійснюються з використанням електронних документів та/або електронних засобів платежу. Поняття електронної комерції охоплює як торгівлю товарами, так і надання послуг. Найбільш загальним визначенням Інтернет-комерції є здійснення купівлі-продажу товарів через електронну мережу [1, с. 112-115]. При розмежуванні електронної торгівлі та електронної комерції, остання визначається як торгівля товарами та послугами, при котрій остаточне замовлення розміщується через глобальну комп'ютерну мережу Інтернет, тобто повне укладення угод в електронній формі, а електронна торгівля — лише як оплата покупок через Інтернет, тобто як частина електронної комерції.

Слід разом із тим відзначити, що питання посередництва в процесі електронної комерції знаходиться поза межами правового регулювання. У зв'язку з цим на товарному ринку завдяки прогресивним можливостям мережі Інтернет ефективно господарюють поза межами правового поля, без державної реєстрації та сплати податків, так звані "віртуальні посередники". Так само проблемним є укладення як безпосередньо посередницьких договорів, де сторонами є замовник і "віртуальний посередник", так і інших господарських договорів, що укладаються між замовниками і третіми особами за сприяння "віртуальних посередників" в Інтернет-мережі. Це стосується і форми таких договорів, і визначення місця їхнього укладення (місце перебування покупця, продавця, посередника, місце розташування серверу тощо), і дійсності таких договорів в цілому. Не менш гостро стоїть питання охорони прав користувачів у сфері електронної комерції. У зв'язку з цим, з метою розв'язання проблем функціонування електронного товарного ринку, необхідно прийняти окремий закон про електронну комерцію (або про електронну торгівлю), який би врегулював більшість відносин, в тому числі і посередницьких, що виникають під час електронної торгівлі (від понятійного апарату до укладення, виконання, припинення господарських договорів).

Але необхідно зробити застереження. Так, технологічний прогрес відбувається кожен день, а отже буде важко виробити правові норми, які б підходили під будь-які



зміни. Право сьогодні, базуючись на реаліях світу, в більшості випадків є нездатним адекватно реагувати на зміни у суспільних відносинах, викликані появою електронної торгівлі. Тому може бути висловлено думку, що чітко регламентуючи посередницьку діяльність з електронної комерції, необхідно гнучко прописувати певні категорії і порядки, процедури задля полегшення подальшої їх зміни.

Прогресивні зміни щодо посередництва в сфері господарювання, а також вдосконалення форм здійснення посередницької діяльності відбувається завдяки впровадженню науково-технічних новацій — інформаційних та електронних технологій. Істотне підвищення ролі посередництва в сфері господарювання сприяє залученню новітніх технологій та прогресивних форм у господарську діяльність суб'єктів товарного ринку. У зв'язку з цим необхідно формувати в суспільстві відповідні інституційні засади комерційно-посередницької діяльності для використання посередниками досягнень науково-технічного прогресу. Це вимагає в свою чергу постійного вдосконалення законодавчої бази, норм, правил і принципів у відносинах між посередниками і виробниками, посередниками і державою.

Становлення торговельно-посередницької діяльності в Україні пов'язане з низкою проблем правового, організаційного, фінансово-економічного характеру. Їх вирішення дозволить сформувати широку мережу торговельно-посередницьких структур, що особливо важливо в умовах лібералізації міжнародної торгівлі і активізації вітчизняного товарного виробництва. З викладеного також вбачається, що в числі підприємств та 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 факторів ризику по всій їхній сукупності, достовірного прогнозування майбутнього з достатньо чіткими орієнтирами бажаного комерційного успіху. Тим самим, вказана галузь створює необхідну комерційну інформацію для надання відповідних послуг всім учасникам ринкового обороту, які потребують управління власними ринковими сегментами по всьому ланцюгу відтворювального процесу.

Торгівельне посередництво — це правовий інститут, який регулює відносини в специфічній сфері надання послуг при укладенні господарсько-правових угод в торговельному обороті. Під *торгівельним посередництвом* розуміється і правовий інститут, призначений регулювати відносини в сфері надання комерційних послуг, спрямований на сприяння в установленні правових зв'язків між суб'єктами господарсько-торгівельної діяльності шляхом здійснення посередником дій юридичного та/або фактичного характеру.

Зміст торговельного посередництва складає собою діяльність щодо здійснення будь-яких правомірних дій юридичного та/або фактичного характеру. *Торгівельне посередництво* отримало широке поширення, здійснюється спеціалізованими суб'єктами господарювання, в т.ч. брокерськими конторами, консигнаційними складами, іншими подібними господарськими структурами.

Метою торговельного посередництва в економічній та правовій літературі традиційно визнається надання послуг третім особам — підприємцям, некомерційним господарюючим структурам, з реалізації (придбання) товарів, надання також супутніх послуг, або ж — з придбання товарів у власність для наступного перепродажу з метою отримання прибутку. Однак, як видається, є неправильним відносити до торговельного посередництва діяльність з придбання товарів у власність для наступного перепродажу з метою отримання прибутку, оскільки остання є звичайною торговельною діяльністю (де підприємницький прибуток отримується, так звані "посередником", у власному інтересі і являє собою різницю між ціною купівлі та ціною подальшого продажу), а не наданням посередницької послуги за плату в інтересах замовника такої послуги.

Торгівельному посередництву властиві наступні *ознаки*:

- виникає в сфері майнового (товарного) обороту;



- діяльність посередника спрямована на надання сприяння (посередницьких послуги) клієнтам в сфері торгівельного обороту;
- торгівельне посередництво є підприємницькою діяльністю;
- посередник виконує правомірні дії (юридичні та/або фактичні);
- посередник виступає в торговельному обороті, як правило від власного імені (за винятком випадків, коли він паралельно діє в торговельному обороті від імені клієнта як його представник за дорученням, тобто, коли окрім посередництва мають місце відносини представництва, в тому числі комерційного), за рахунок клієнта чи за свій рахунок, однак завжди в інтересах клієнта;
- дії посередника носять оплатний характер;
- торгівельне посередництво не носить фідучіарного характеру.

Список використаних джерел

1. Чучковська, А. В. Електронна комерція: деякі проблеми правового регулювання [Текст] / А. В. Чучковська // Право України. — 2003. — № 1. — С. 111–116.
2. Алопий, В. Проблемы становления торгового посредничества в Украине [Текст] / В. Алопий // Проблемы предпринимательства. — 1999. — № 6. — С. 29–31.
3. Федько, В. П. Инфраструктура товарного рынка [Текст] / В. П. Федько, Н. Г. Федько. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2000. — 511 с.
4. Белявцев, М. І. Інфраструктура товарного ринку [Текст] / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 416 с.
5. Синяева, И. Модель комплексной оценки рыночного потенциала торгово-посреднических структур [Текст] / И. Синяева, А. Якоби // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. — 1998. — № 1. — С. 25–29.
6. Бланк, М. А. Торговый менеджмент [Текст] / М. А. Бланк. — К. : Ника — Центр Эльга, 2004. — 780 с.

*Рекомендовано до друку кафедрою трудового, земельного та господарського права
Хмельницького університету управління та права
(протокол № 11 від 14 червня 2010 року)*

Надійшла до редакції 31.08.2010

