

4) проведення маркетингових досліджень.

Висновки. Підсумовуючи вище викладене, необхідно підкреслити, що проведення маркетингу окремих видів готової продукції (текстиль для дому, одяг з льону) дозволяє розробити й реалізувати методи просування нової продукції на ринок. Для цього необхідні:

- 1) організація комплексу виставок-ярмарків по регіонах України, що поставляють і переробляють льон;
- 2) створення інформаційної бази;
- 3) організація рекламної діяльності.

Література

1. Економіка підприємства : підручник / [М. Г. Грещак, В. М. Колот, А. П. Наливайко та ін.] ; під ред. С.Ф. Покропивного. – [2-е.вид.]. – К. : КНЕУ, 2000. – 528 с.
2. Живетин В. В. Лен и его комплексное использование / Живетин В. В., Гинзбург Л. Н., Ольшанская О. М. – М. : Информ-Знание, 2002. – 400 с.
3. Круглая Н. А. Історія розвитку льонарства в Україні : навч. посібн. [для студ. вищ. навч. закл.] / Н. А. Круглая, В. А. Вергунов. – Херсон : Адамс, 2002. – 168 с.

Надійшла 17.05.2009

УДК 347.73+347 965.42

В. В. РЄЗНІКОВА

Хмельницький університет управління та права

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦТВА

Статтю присвячено дослідженню економічної сутності посередництва, необхідності розмежування економічного та правового розуміння посередництва. Проаналізовано всі існуючі економічні теорії щодо сутності посередництва, розкрито їх зміст.

This article is devoted to investigation of economical essence of mediation, necessity differentiation of economical and legal understanding of mediation. All existing economical theories as for essences of mediation have been analyzed and their substance has been disclosed.

Ключові слова: економічна сутність посередництва, правове розуміння посередництва, економічні теорії щодо сутності посередництва.

Постановка проблеми. Будь-які господарські явища, господарська діяльність чи правовідносини, в тому числі й посередництво, мають економічне підґрунтя, економічні передумови виникнення та становлення. Тому визначення та висвітлення правової природи тієї чи іншої категорії господарського обороту представляється неможливим без з'ясування передусім її економічної сутності, а подекуди й навпаки, вирішенню різноманітних економічних завдань сприяє використання адекватних правових форм.

Останні публікації та дослідження. Окремі питання економічної природи посередництва були предметом дослідження таких авторів, як: Андреева Л., Иванов Ю., Кокорев Р., Магнутова Т.Е., Шершеневич Г., Федоров А.Ф. та ін. Однак, дослідження природи посередництва є здебільшого фрагментарними, здійснюваними переважно в контексті супутнього аналізу інших проблем регулювання господарської діяльності.

Метою статті є визначення економічної природи посередництва.

Виклад основного матеріалу. З точки зору економіки, посередництво виникло одночасно з появою економічного обміну, першими посередниками були купці та торговці, котрі виступали проміжною (зв'язуючою) ланкою між виробником та споживачем. У розвинутому промисловому суспільстві посередницька діяльність набуває одного з пріоритетних значень як механізм, який сприяє встановленню та розвитку торгово-господарських зв'язків. Аналіз ринкових відносин свідчить про те, що існує пряма залежність між станом економіки, рівнем розвитку і широтою застосування посередницьких послуг. З економічної точки зору **посередництво** – це встановлення будь-якого економічного зв'язку між двома та більше особами через посередництво третьої особи. Таким чином, в економічній науці, пропонується подекуди торгівельними посередниками вважати всі торгівельні організації, оскільки кожна з них можна назвати проміжною (зв'язуючою) ланкою між виробниками та споживачами. Ю.Іванов вважає, що судячи з самої назви цього терміну під „**посередництво**” слід розуміти діяльність, здійснення якої передбачає не прямий, а опосередкований контакт між сторонами господарського договору. Причому носієм такого контакту як раз і є посередницька організація (посередник). Іншими словами саме здійснення такої діяльності як посередницька, стає можливим виключно завдяки якому-небудь суб'єкту, який бере на себе зв'язуючу, опосередковуючу функцію, забезпечуючи в кінцевому рахунку й реалізацію існуючої домовленості (виконання існуючого договору) між сторонами. Автор підкреслює, що і походження терміну

„посередник” пов’язано також з тим місцем, яке він займає в здійсненні певної господарської діяльності („операції”): посередник знаходиться між двома учасниками господарського правовідношення, тобто посередніні [8, с.62-63.]. **Посередництво** в економічному значенні розуміється і як діяльність, що сприяє товарному обороту і здійснюється суб’єктами підприємництва як від свого імені, так і від імені замовника (довірителя), як за свій рахунок, так і за рахунок замовника (довірителя). Неоднозначність тлумачень та поглядів в економічній науці на сутність категорії посередництва є очевидною. Систематизовуючи всі існуючі економічні теорії щодо сутності посередництва, зведемо їх до наступного.

1. Теорія трансакційних витрат (автором теорії є Р.Коуз, наступником – Р.А.Кокорев [9, с.23-24]). За цією теорією посередництво в суспільстві з високим рівнем розподілу праці сприяє зменшенню таких витрат, а отже, - відіграє важливу роль в економіці. Укладення угод, що в сукупності утворюють згодом майновий оборот, вимагає докладання зусиль, витрат часу, праці, грошових коштів. Витрати пов’язані з укладенням угод отримали в сучасній економічній теорії назву *трансакційних витрат*. З точки зору неінституційного підходу до дослідження економічних явищ, всі інститути, відомі людському суспільству, в кінцевому рахунку, пов’язані з необхідністю зменшення (економії) трансакційних витрат. В суспільстві з високим рівнем розподілу праці, одним із способів досягнення цілі такої економії, є поява когорти особливих економічних агентів (посередників), котрі спеціалізуються на полегшенні трансакційної діяльності для інших трансакційних агентів, дозволяючи досягнути економії на масштабах. Чим вищим є ступінь розподілу праці в суспільстві, тим, з поміж інших складових, що набули рівномірно однакового розвитку, найбільш є розвиненим посередництво, тим сильнішою є спеціалізацію посередницьких інститутів. До числа трансакційних витрат, з-поміж інших витрат, відносять: витрати з пошуку інформації, витрати на проведення переговорів та укладення договорів, в т.ч. прямі витрати та втрати внаслідок відсутності чіткого документального оформлення трансакцій. На зниження саме такого роду витрат спрямована діяльність осіб, що надають послуги з здійсненню юридичних дій в інтересах та за рахунок контрагента. Ці ж витрати зменшуються і при використанні послуг, які не носять характеру юридичних дій, однак полягають у зведенні у визначеному місці та часі двох чи більше контрагентів для вступу їх у безпосередні відносини один з одним. За цією теорією в економіці також виділяють окремі сфери, що є найбільш сприятливими для посередництва. До них відносять ринки масових, широко розповсюджених товарів з великою кількістю учасників ринку (сировинні товари, оптова торгівля продовольчими товарами та предметами споживання, автомобілі, оргтехніка); ринки, де покупці та продавці діють напряму досить рідко (ринок нерухомості); нещодавно сформовані ринки з недостатньо розвинутою інфраструктурою. Таким чином, за аналізованою теорією: 1) високий ступінь розвитку посередництва є характерним для суспільства з високим рівнем розподілу праці; 2) сутність посередництва полягає в зменшенні трансакційних витрат (витрат, пов’язаних з укладенням угод, які в сукупності складають майновий оборот); посередницькі послуги, пов’язані зі зменшенням трансакційних витрат (послуги з трансакцій), можуть носити характер як юридичних, так і фактичних дій; 3) ступінь спеціалізації посередницьких інститутів зростає відповідно до ступеня підвищення рівня розподілу праці в суспільстві.

2. Теорія торгівлі. За цією теорією торгівля розглядаються як посередництво, а торгівельна діяльність, як посередницька, тобто діяльність „проміжної ланки” з просування товарів від виробника до споживача. На цій основі базується розуміння торгівлі. Під торгово-посередницькими операціями розуміються операції, пов’язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника незалежним від нього економічним посередником на підставі договору, який укладається між ними чи окремого доручення. Посередництво, таким чином, фактично ототожнюється з торгівлею, в сфері якої проходить обмін результатами господарської діяльності. Так, ще Г.Ф.Шершеневич, визначаючи предмет торгового права, розглядав торговельний оборот як посередництво, що здійснюється зі спекулятивною метою. Так само в основі класифікації торговельних угод лежало економічне розуміння посередництва (посередництво з обороту товарів, з обороту праці, посередництво – сприяння торгівлі)[15, с.15-19.]. Посередником, за аналізованою теорією, в процесі обороту товарів, як найбільш суттєвій частині торговельного обороту, є будь-яка особа, що знаходиться між виробником та споживачем, є „проміжною ланкою” між ними. Посередник – це особа, що „обслуговує” шлях товару від виготовлювача до безпосереднього споживача; до обслуговування цього процесу залучаються договірні конструкції, які належать до різних груп договорів – передачі майна у власність, тимчасового користування майном, надання послуг тощо, а тому виокремлення посередницьких договорів через призму економічної категорії „посередництво” видається ускладненим, оскільки посередництво як економічна категорія, так і діяльність в цій сфері є досить широким поняттям. А.Ф.Федоров називав торгівлею, у вузькому значення цього слова, посередницьку діяльність виключно із придбання та збуту. Причину появи посередників автор розкривав так, - чим більше проведена система розподілу праці, результатом чого є те, що виробник працює не за замовленням споживача, а „на ринок”, тим все більш ускладненим стає здійснення обміну надлишків виробництва виключно силами самих товаровиробників, і тим більшою є необхідність користування в цьому відношенні послугами посередників [17, с.1-2]. Очевидно, що розкриті причини появи посередників співпадають з причинами появи торгівлі як такої. За теорією торгівлі, остання розглядається як одна із галузей нагородного господарства, завданням якої є служити „зв’язуючою ланкою” між виробником та

споживачем, тобто здійснювати функції, що за суттю своєю є посередницькими. За теорією торгівлі посередництво тлумачиться як „товаропровідний канал” від виробника до споживача. Передача посереднику функцій виробника з реалізації товарів вроздріб здійснюється шляхом продажу йому товарів за оптовою ціною. Таке посередництво, з точки зору виробника, підвищує ступінь ефективності робіт останнього, оскільки дає можливість зосередити активність лише на виробництві, передаючи посереднику функції з просування товару до його кінцевого споживача. Окрім того, включення посередника до відносин між виробником та споживачем у якості проміжної ланки суттєво скорочує строк обороту капіталу та підвищує дохідність (прибутковість) виробництва. Посередники, за теорією торгівлі, визначаються як юридичні та/або фізичні особи, що являються „зв’язуючою ланкою” ринку між покупцем та продавцем, чи, кажучи точніше, між первинним володільцем грошових коштів та їх кінцевим користувачем. Торговельний посередник тлумачиться передусім як юридична та/або фізична особа, що здійснює операції купівлі товарів з метою їх подальшого продажу чи надає іншим чином допомогу виробникові з доведення товарів до споживача. Посередника характеризують пов’язані між собою операції купівлі та відчуження товару, від власного імені, за власний рахунок та на власний ризик. Під посередництвом розуміється будь-яка господарська операція між двома відправними точками: між створенням продукції та доведенням її до споживача. У якості посередника тлумачиться особа, що придбаває товар, не переслідуючи мети його споживання, натомість маючи за мету його подальший перепродаж з ціллю отримання прибутку (доходу) за рахунок різниці в цінах придбання та реалізації. Та чи інша організація визнається в економічній літературі посередницькою, якщо вона не має відповідного обладнання для виробництва (переробки закуплених товарів), однак відповідає деяким іншим економічним ознакам. Саме в цьому значенні посередництво (як спекуляція) в працях економістів набуває негативного забарвлення, коли йдеться про надмірну кількість посередницьких ланок у вітчизняній економіці на протизаконній малій кількості виробничих. Так, в літературних джерелах відзначається, що посередницькі організації можуть виконувати різноманітні функції, в основному вони займаються перерозподілом отриманих ресурсів, тобто закупівлею крупних партій товару та дрібним перепродажем його мілким споживачам, в той же час, для підприємця виробника більш вигідний продаж товару оптовому посереднику, а не напряму споживачеві. Залучення посередника знімає з виробника клопоти та турботи, пов’язані з реалізацією товару. Цілий комплекс складних та працеємких операцій перекладається на посередницькі ланки. Виробник залишається у вигаді, знявши з себе завдання пошуку покупців, підбору партій товару для його роздрібного продажу, відвантажень за численними адресами тощо. Прискорюються також розрахунки за товар, оскільки посередник оплачує відразу вартість всього переданого йому товару. Водночас, відзначається, що посередницькі організації самі не використовують товар, вони віддалені від інтересів споживача, тому менш вимогливі до питань асортименту, якості, строків відвантаження тощо. Безпосередні споживачі, в т.ч. роздрібні торговельні організації, більш уважно та вимогливо ставляться до таких умов, що збільшує для виробника обсяги роботи та пов’язані з цим витрати. Зазначені аргументи підкреслюють економічне розуміння посередника як особи, що стоїть як „проміжна ланка” між виробником та кінцевим споживачем.

За теорією торгівлі до посередників прийнято відносити також дистриб’юторів та дилерів, а дистриб’юторська та дилерська діяльність, відповідно, розуміються як різновиди посередництва. За визначенням Б.І.Пугінського, в процесі дистриб’юторської діяльності сторона, яка уповноважує (принципал), передає уповноваженій стороні (дистриб’ютору) право на торгівлю певними видами товарів на визначеній території, а дистриб’ютор, в свою чергу торгує лише товарами принципала, взявши на себе таке зобов’язання[13, с.70]. Щодо товарів, які закуповує, дистриб’ютор виступає їх власником, і зокрема, не зобов’язаний звітувати перед принципалом про дохід (прибуток), який отримує від їх продажу, оскільки в господарському обороті виступає самостійним суб’єктом підприємницької діяльності. У відносинах із споживачами дистриб’ютор виступає від власного імені та за власний рахунок, тобто діє на власний страх і ризик. Як правило, принципал при цьому надає дистриб’ютору виражене у різноманітних формах сприяння в просуванні товарів (наприклад, здійснює організацію навчання персоналу, після продажне технічне обслуговування тощо). Однак, видається очевидним, що факт зацікавленості постачальника у розвитку відповідного ринку збуту не дає правових підстав говорити про надання йому дистриб’ютором посередницьких послуг в їх юридичному розумінні. У зв’язку з цим діяльність дистриб’ютора постачальником не фінансується, тобто не оплачується. Як відзначається в юридичній літературі, надання дистриб’юторських знижок, що часто зустрічається в практиці здійснення дистриб’юторської діяльності, не є платою за послуги дистриб’ютора, оскільки вони не перебувають в залежності від кількісних та/або інших характеристик послуг дистриб’ютора, та й діяльність дистриб’ютора послугами можна назвати лише умовно[3, с.61]. Діяльність дилера має багато спільного з діяльністю дистриб’ютора. Як відмічає Ш.А.Москаєв, зазвичай під дилерською організацією (фірмою, дилером) розуміють структуру, яка виступає у якості фізичної чи юридичної особи – підприємця. Дилери, за визначенням автора, це оптові незалежні посередники, які здійснюють перепродаж товарів від власного імені та за власний рахунок[12, с.31-32]. Частіш за все дилери спеціалізуються на перепродажах товарів довготривалого зберігання, які вимагають передпродажного та/або післяпродажного обслуговування. Придбаваючи товар у виробника, дилер стає його власником, а потім реалізовує його підприємствам – споживачам, дрібнооптовим торговельних організаціям

чи індивідуальним покупцям (сам або через власну торгівельну мережу). При цьому дилерський прибуток утворюється за рахунок різниці між ціною придбання товару та ціною продажу товарів самим дилером. Є.С.Шустерман також вказує на те, що основні канали збуту товарів організовуються шляхом створення філій у великих регіонах, спільних підприємств та представництв у інших країнах. Такі новостворені суб'єкти є регіональними дистриб'юторами, вони створюють регіональний склад та свою дилерську мережу. При цьому дилерство, на думку автора, є найбільш застосовним до високотехнологічного товару, що вимагає регулярного сервісу, а до комплексу послуг, що надаються дилерами, може входити торгівля технікою, передпродажна підготовка, гарантійний ремонт, технічне обслуговування, поточний ремонт тощо [16, с.60-61]. Здійснюючи торгівельні організації, дилери діють від власного імені та за власний рахунок. Це самостійна сторона в угоді, і треті особи вступають у відносини лише з ним, а не з виробником товарів (робіт, послуг). Як відзначає А.П.Белов, на комерційному ринку можуть діяти, так звані, офіційні дилери будь-якого виробника товарів на основі угоди з ним, вони отримують при цьому право іменуватися дилером якоїсь фірми, однак в господарському обороті виступають від власного імені, за власний рахунок та на власний ризик [2, с.158]. Таким чином, діяльність як дистриб'ютора, так і дилера, являє собою самостійну торгівельну діяльність, в процесі здійснення якої кожен з них стає власником придбаного товару, виступає стороною укладених угод та несе всі зобов'язання за ними. Доходи (прибутки) як дилера, так і дистриб'ютора виникають не за рахунок винагороди, а за рахунок різниці між ціною купівлі товару та ціною його подальшого перепродажу. Як дилер, так і дистриб'ютор, діє не в інтересах клієнта, а у власному підприємницькому інтересі. Відповідно, і дилер, і дистриб'ютор, є торгівельними посередниками лише в економічному розумінні, в той час віднесення їх діяльності до посередництва з точки зору права позбавлено будь-якого сенсу. Теорія торгівлі заснована на такому розумінні торгівлі, за яким уся торгівельна діяльність, в тій чи іншій мірі пов'язана з рухом товару від виробника до споживача, а тому вважається посередництвом. В такому розумінні слід відзначити односпрямованість посередництва на збут, реалізацію. А.В.Сгоров формулює сутність теорії торгівлі таким чином, - як краще продавати товар – оптом та дешевше, однак без другорядних проблем, котрі в сукупності тягнуть за собою витрати в більшому розмірі, ніж різниця в цінах, чи вроздріб, але за більшу ціну. Ця проблема має величезне значення для економіки, для народного господарства, але немає нічого спільного з правом [7, с.13]. Очевидно, що з точки зору права будь-яка торгівельна діяльність не може бути кваліфікована як посередництва, а торгівля не може бути визначена як посередництво тільки тому, що вона опосередковує процес просування товару від виробника до його безпосереднього споживача. Безумовно, що така діяльність (торговельна) є господарською, однак вона не має нічого спільного з посередництвом у його правовому розумінні (суб'єкт господарювання діє у власному підприємницькому інтересі, від власного імені, за власний рахунок, на власний ризик, придбаваючи товар у власність та переслідуючи мету отримання прибутку (доходу) за рахунок різниці між цінами купівлі та подальшого перепродажу (в цьому аспекті об'єктивно-економічний процес просування товару від виробника до кінцевого споживача є побічним, другорядним для правового розуміння суті посередництва).

3. Теорія сприяння встановленню економічних зв'язків. Найбільш загальний характер має розуміння, за яким у посередництво, при повсякденному вживанні цього слова, вкладається зміст „сприяння”, допомога в налагодженні певних зв'язків, спілкування між будь-ким, сприяння укладенню угод між сторонами. З точки зору етимології, термін „посередництво” означає сприяння, допомогу у встановленні певних зв'язків, спілкування між будь-ким, сприяння домовленостям, угоді між сторонами. Таке семантичне тлумачення терміну „посередництво” дозволило Т.Е.Магнутової стверджувати, що ним охоплюються найрізноманітніші явища соціального життя [11, с.12]. Аргументація цієї теорії відрізняється від аргументації попередньої. Так, продавши товар за договором постачання, виробник отримує від покупця узгоджену ціну. Подальша реалізація товару, доведення його до споживача, вже цілком залежить від діяльності покупця, який може перепродати його по іншій ціні, і товар, перш ніж бути запропонованим кінцевому споживачеві, може пройти через декілька проміжних покупців. Виробник, передавши право власності на товар першому покупцеві, не може безпосередньо вплинути правовими засобами на умови реалізації товару кінцевому споживачеві або іншій особі. Для забезпечення участі виготовлювача (товароволодільця) у визначенні умов реалізації товару, в контролі за їх дотриманням необхідні вже інші, ніж договір постачання і аналогічні йому правові інструменти. Вони повинні, принаймні, надавати виробнику (товароволодільцю) можливість, у разі необхідності, активно впливати на поведінку свого контрагента, визначати для нього обов'язкові до виконання умови про ціну, місце реалізації товару тощо. Внаслідок різних причин учасники торгового обороту вважають за доцільне скористатися допомогою осіб, які здійснюють операції з третіми особами, спеціалізуючись на налагодженні (встановленні) господарських зв'язків. Суть їх діяльності завжди одна і та ж: вони сприяють залученню третіх осіб до участі в діловому обороті і роблять це на основі отриманих інструкцій за дорученням або довіреністю. Посередництво – це встановлення будь-якого економічного зв'язку між двома і більше особами, завдяки посередництву третьої особи. До посередництва відносять діяльність зі сприяння укладення контрактів (договорів) між стороною, яка постачає, та стороною, яка споживає, а до посередницьких операцій відносять операції, що охоплюють пошук партнерів підготовку договірної документації, укладення угод за дорученням іншої сторони. Таким

чином, посередництво тлумачиться як діяльність із сприяння у встановленні економічних взаємозв'язків. Так, В.А.Рясенцев, визначаючи сутність посередництва як однієї з форм представництва, зазначив, що у найбільш загальному формулюванні корисний економічний ефект представництва полягає в установленні економічного зв'язку між двома та більше суб'єктами господарювання через представництво та за участю третього. В цьому сенсі автор називає встановлення економічних відносин між одними суб'єктами, через участь іншого суб'єкта, третьої особи, посередництвом в економічному розумінні, при цьому останнє не завжди відбувається, як зауважує автор, у формі представництва. Тому автор не лише не виключає можливість використання різноманітних правових форм, а й свідомо допускає існування розглядуваних зв'язків в економічних рамках без відповідного правового вираження [14, с.21-35]. Т.Е.Магнутова, в цілому розділяючи економічне розуміння посередництва В.А.Рясенцева, зробила низку зауважень. Так, на думку авторки, в праві склалось досить стійке розуміння третьої особи як особи, пов'язаної з однією із сторін первинного (початкового) правовідношення. У більшості правових форм, в яких проявляється посередництво, правові зв'язки встановлюються через посередника, котрий сам виступає стороною у обох правовідношеннях (зокрема, в договорі комісії посередник – комісіонер – пов'язаний договорами комісії з комітентами та купівлі-продажу з покупцем). Однак, зазначає авторка, якщо докладно аналізувати кожне з цих правовідношень, то третьою особою буде, відповідно, комітент (для покупця), або покупець (для комітента). Тому авторка вважає, що говорити про посередника як про третю особу не зовсім правильно і пропонує визначення посередництва як діяльності з надання послуг у встановленні певних економічних взаємозв'язків між учасниками господарсько-економічного обороту [11, с.13-18]. Слід зазначити, що у визначення Т.Е.Магнутової, по-перше, вже вбачається зародок розвитку теорії послуги, зміст якої розкриватиметься згодом, а, по-друге, щодо поняття „третьої особи” в правовій науці, то воно і на сьогодні є далеким від свого остаточного оформлення, попри вклад, зроблений у його розробку М.І.Брагінським. Так, автором була запропонована багаторівнева класифікація випадків участі третіх осіб у встановленні та реалізації правовідносин: на першому рівні розмежовуються випадки, коли третя особа виступає від свого імені або від імені сторони за договором; на другому рівні поділ відбувається з огляду на ціль, що стоїть перед сторонами (чи входить участь третьої особи до складу цілі відповідного правовідношення); всі інші ситуації поділяються з врахуванням того, з якою із сторін договору третя особа пов'язана (пасивною – зі сторони боржника, активною – зі сторони кредитора [4, с.291]. Водночас, можна припустити, що вживання в межах економічної теорії сприяння встановленню економічних зв'язків терміну „третя особа” є далеким від його правового розуміння.

4. Теорія послуги. Ця теорія є економіко-правовою за змістом, такою, що знаходиться на рубежі між економікою та правом. Сутність посередництва за даною теорією полягає в тому, що посередництво – це послуга, а посередницька діяльність є діяльністю з надання посередницьких послуг, а тому за економічними показниками відноситься до сфери послуг, що стрімко росте із розвитком ринку. Так, на думку Л.Андреєвої, сутність торговельного посередництва як виду підприємницької діяльності полягає в наданні юридичних та фактичних послуг третьою особою – підприємцем, з реалізації (придбання) товарів та надання супутніх послуг, або придбання товарів у власність для подальшого перепродажу з метою отримання прибутку [1, с. 15]. Т.Е. Магнутова визначає посередництво як правовий інститут, що регулює діяльність уповноважених осіб, спрямовану на надання торгових, інформаційно-комерційних послуг в укладенні і виконанні операцій з переміщення товарних запасів [11, с. 23-18]. *Посередництво* визнається в такий спосіб господарською операцією з надання послуг. Е.А.Суханов також відмічає, що економічна категорія посередництва охоплює не лише діяльність з надання юридичних послуг (тобто здійснення дій юридичного характеру, що тягнуть за собою певні правові наслідки), а й діяльність від власного імені та виключно у власному інтересі [6, с.90]. Посередництво в рамках цієї теорії визначається і як форма організації ринкових відносин, котра представляє собою надання спеціалізованим учасником ринку – посередником – послуг третім особам з укладення угод для них, на протигагу торгівлі. Посередництво визначається і як послуги зі сприяння торгівлі (розрізняється в цілому посередництво в обороті товарів, посередництво в обороті праці, посередництво – сприяння торгівлі). Діяльність з надання таких послуг визначають як торговельне посередництво. Л.С.Комаров визначає торговельне посередництво як ряд господарських операцій щодо надання комерційних та інших послуг, спрямованих на реалізацію товарів [10, с.172]. При цьому мета торговельного посередництва визначається як надання послуг третім особам – підприємцям із реалізації (придбання) товарів і надання супутніх послуг або з придбання товарів у власність для подальшого перепродажу з метою отримання прибутку. Під торгово-посередницькими операціями розуміють операції пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника незалежним від нього економічним посередником на підставі договору, який укладається між ними чи окремого доручення. Таким чином, теорія послуг представляється логічним продовженням теорії сприяння у налагодженні економічних зв'язків. Слід відмітити також, економічна за своїм змістом теорія послуги є найбільш близькою до правового розуміння сутності посередництва.

Висновок і пропозиції подальших досліджень. В економічному розумінні, посередниками являються професійні учасники господарського обороту (тобто фізичні або юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності), що беруть участь у просуванні товарів, робіт і послуг, від їх виробника до

кінцевого споживача. Особливість економічного розуміння посередництва полягає в тому, що до посередників відносять не лише осіб (суб'єктів підприємництва), які виступають в господарському обороті від свого імені, за свій рахунок, та, відповідно, набувають право власності на товар, який потім перепродують у власному інтересі, а й осіб (суб'єктів підприємництва), які надають послуги, що полягають у здійсненні юридичних та/або пов'язаних з ними фактичних дій, в інтересах та за дорученням клієнтів. Посередництво є незмінним атрибутом ринкових взаємовідносин. Економічне значення посередництва полягає в його здатності встановлювати єдність просторо-економічної розмежованості виробництва та споживання товарів, робіт, послуг, з максимально можливою вигодою для виробників та споживачів, а також і самих посередників. З економічної точки зору, посередництво у господарському обороті характеризується значним різноманіттям, ним охоплюються всі сфери обороту товарів, робіт та послуг. Посередництво, таким чином, прийнято розуміти широко, значно ширше ніж посередництво може тлумачитись з суто правової точки зору, тобто посередництво в економічному розумінні є поняття й значно ширшим ніж посередництво в юридичному розумінні. Проаналізовані теорії розуміння сутності посередництва з економічного погляду досить часто використовуються правниками для розкриття суті посередництва як категорії правової. Водночас, видається неприпустимим беззастережне перенесення економічного розуміння посередництва на його правову сутність, застосування економічного значення категорії „посередництво” в правовому полі, оскільки це призводить до помилок суто правового характеру в тлумаченні зазначеного поняття, до його необгрунтовано широкого трактування. Тому є необхідним чітке розмежування економічного та правового розуміння посередництва. Посередництво в економічному розумінні може втілюватися в ту чи іншу правову форму. Так, наприклад, В.А.Рясенцев до таких правових форм відносив: пряме представництво, опосередковане представництво (діяльність комісіонера), представницьке ведення чужих справ без доручення, договір на користь третьої особи та поєднання двох перших явищ (прямого та опосередкованого представництва) [14, с.77-81]. На думку Т.Е.Магнутової, економічне відношення посередництва виявляється у найрізноманітніших юридичних формах. При цьому правовою формою посередництва в економічному розумінні виступає правовий інститут посередництва [11, с.15]. За висловом А.Ф.Сохновського, законодавець відносився до посередництва як до сукупності певних економічних відносин, що об'єктивно потребують правового опосередкування, що дає можливість говорити про їх автономне становище в сфері господарського обороту і дозволяє розглядати сукупність правових норм про посередництво як особливий інститут – інститут посередництва. Відставанням законодавчого регулювання посередництва від потреб економічного обороту, пояснюється ускладнення щодо розуміння посередництва саме як правового інституту (сукупності правових норм, які мають спільний предмет регулювання в рамках будь-якої галузі права), тобто поняття, що має зв'язок з чітким переліком норм об'єктивного права, а не просто виробленого правовою наукою. Викладене дає підстави для подальшого дослідження посередництва як самостійного господарсько-правового інституту процес формування якого не є завершеним, перебуває в стадії становлення, оскільки гальмується (стримується) цей процес відсутністю нормативної бази (безспірно, що на сучасному етапі розвитку ринкової економіки, господарську діяльність посередників має бути забезпечено надійним правовим механізмом, що враховує як інтереси самих посередників, так і тих господарюючих суб'єктів, котрі вдаються до їхніх послуг).

Література

1. Андреева Л. Торговое посредничество: понятие и правовые формы осуществления // Российская юстиция. - 1994. – № 7. – С. 15.
2. Белов А.П. Международное предпринимательское право. – М., 2001. – С. 158.
3. Борисова А.Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. – 2005. – № 3. – С. 61.
4. Брагинский М.И. Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. – М.: Издательство «Статут», 1998. – С. 291.
5. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учеб. – 2-е изд., испр. – М.: Дело, 2000. – С. 178.
6. Гражданское право: В 2 томах. Том 2. Полутом 2,: Учебник / Отв. ред. Е. А. Суханов. – М.: Издательство: БЕК, 2000. – С. 90.
7. Егоров А.В. Понятие посредничества в гражданском праве: Дисс....канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2002. – С. 13, 84.
8. Иванов Ю. Экономическая сущность посреднических операций и их классификация / Посреднические операции: налоговый и бухгалтерский учет // Сборник систематизированного законодательства. – 2000. – № 51 (414). – С. 62-63.
9. Кокорев Р.А. Посредничество как институт рынка в переходной экономике: Дисс....канд. экон. наук: 08.00.13. - М., 1993. – С. 11, 23-24.
10. Комаров Л.С. Правовые формы внешнеэкономической деятельности.- М.: Совместные предприятия, международные объединения и организации на территории СССР, 1989. – С. 172.
11. Магнутова Т.Е. Правовое регулирование отношений по торговому посредничеству: Дисс ...канд. юр. наук: 12.00.03. – М., 1988. – С. 11-48.

12. Москаев Ш.А. Исследование организационно-экономического механизма дилерских услуг: Дисс... канд. экон. наук: 08.00.05.- М., 1974.- С.31-32.
13. Пугинский Б.И. Коммерческое право России. – М.: Юрайт, 2000. – С. 70.
14. Рясенцев В.А. Представительство в советском гражданском праве: Дисс...канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 1961. – С. 21-35, 77-81.
15. Шершеневич Г.Ф. Учебник торгового права. – М.: «Спартак», 1994. – С. 15-19.
16. Шустерман Е.С. Организационно-экономические формы дилерской деятельности на российском рынке: дисс...канд. экон. наук: 08.00.30. – М., 1999. – С. 60-61.
17. Федоров А.Ф. Торговое право. – Одесса, 1911. – С. 1-2.

Надійшла 03.06.2009

УДК 519.86+336.76

А. Г. ПАРКУЛАБ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ПЛАНІВ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ

У статті проаналізовано та узагальнено моделі прибутковості облігацій, що виражають залежність між ціною облігації та її прибутковістю. Практична реалізація розглянутих моделей дозволяє формувати ефективні інвестиційні рішення відносно різних видів облігацій на ринку цінних паперів.

In the article the models of profitability of bonds, that express dependence between the cost of bond and its profitability are analyzed and generalized. Practical realization of the considered models allows forming the effective investment decisions of relatively different types of bonds at the equity market.

Ключові слова: моделі прибутковості облігацій, ефективні інвестиційні рішення.

Вступ. Оцінка ефективності різних дій, які можуть бути прийняті на фондовому ринку, і вибору серед них оптимальних при “входах”, визначених, насамперед, прогнозами цінової кон’юнктури, здійснюється за допомогою відповідних моделей. Такі моделі ґрунтуються на загальних теоретичних уявленнях про доходи від діяльності та ризик вкладень на цьому ринку, проте розрізняються за об’єктами інвестицій, внаслідок специфіки властивостей окремих цінних паперів і потоків надходжень від них, а також особливостей тих або інших операцій. Даній проблематиці присвячено роботи З. Воробйової [2], Л.Г. Дугласа [3], К.І. Рейя [5]. Відзначимо також роботи вітчизняних науковців: О.В. Абакуменко [1], Н.Л. Іващук, В.І. Єлейко [4]. Однак низка питань, що стосуються розробки моделей формування ефективних планів розвитку фондового ринку, потребує подальших досліджень, що й визначає актуальність даної роботи.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та узагальнення моделей формування ефективних планів розвитку фондового ринку, практична реалізація яких дозволить, зокрема, формувати ефективні інвестиційні рішення відносно різних видів облігацій.

Результати дослідження. Облігації з терміном погашення до одного року бувають дисконтними і котируються на основі банківської облікової ставки. Їх прибутковість (Y_d) прийнято розраховувати, використовуючи наступну модель:

$$Y_d = (D/F)(T/t), \quad (1)$$

де D – дисконт в грошовому виразі, еквівалентний різниці між номіналом облігації та її ціною;

F – номінал облігації;

t – кількість днів, що залишилися до її погашення;

T – кількість днів в році.

Ціна (P) визначається як $P = F - D$.

Величина, визначена за формулою (1), не в повній мірі відображає прибутковість такої облігації, так як вкладення прирівнюються до номіналу, який може відрізнитися від реально інвестованої суми.

Корисність від купонної або процентної облігації, термін погашення якої не менше двох років, обчислюється за іншою формулою, виходячи з того, що її ціна в грошовому виразі (P) еквівалентна поточній вартості очікуваних надходжень з врахуванням необхідної прибутковості інвестицій, яка, зазвичай, виражається як річна процентна ставка:

$$P = \sum_{t=1}^n - \left[C / (1+r)^t \right] + M / (1+r)^n,$$

де n – число періодів виплати купона (як правило, подвоєна кількість років до погашення, оскільки такі платежі відбуваються двічі на рік);

C – піврічний купонний платіж в грошовому вираженні;

r – процентна ставка за період;