

## ***Тема 3. Види підприємництва.***

### ***Лекція 2. Посередництво як вид підприємницької діяльності***



## *План лекції:*



1. Характеристика посередницької підприємницької діяльності.

2. Торговельне посередництво на оптовому та роздрібному товарних ринках.

3. Біржове підприємництво.



# **1. Характеристика посередницької підприємницької діяльності**

**Посередники** – це особи та фірми, що сприяють обертанню товарів та послуг на внутрішніх та зовнішніх ринках. Вони являються незалежними від виробників, споживачів та інших посередників як у юридичному, так і в господарському відношенні. Ділові стосунки між посередником та клієнтом (виробником або споживачем) базуються виключно **на договірних засадах**.



**Основна ціль посередництва** - найбільш ефективне суміщення економічних інтересів виробника та споживача.

*Економічна ефективність від співпраці з посередником визначається величиною економії, яку буде мати клієнт при залученні посередника до продажу готової продукції або закупівлі товарів, у порівнянні з витратами на самостійну організацію збуту або постачання.*

У формалізованому вигляді цей критерій може бути представлений наступним чином:

$$\mathbf{E_{посер.} = Vв - Оп,} \quad (1)$$

де: **E посер.** – ефект обумовлений співпрацею з посередником;

**Оп** – оплата послуг посередника;

**Vв** – власні витрати підприємства по самостійній організації збуту або постачання товару.

Таким чином, користування послугами посередника, для суб'єкта ринку, буде доцільним лише у тому випадку, якщо **E посер. > 0**.



Посередницька діяльність здійснюється фактично в усіх галузях господарювання.

## ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ПОСЕРЕДНИЦТВО

**Виробнику**

Зосередити увагу на основному виробництві

Прискорити оборот капіталу

**Споживачу**

Одержати доступ до найширшого кола виробників

Ефективніше використовувати цільовий ринок

*2. Торговельне посередництво на оптовому та роздрібному товарних ринках.*



**Торговельне  
(комерційне)  
підприємство**

Підприємство, пов'язане з купівлею – продажем товарів, товарообмінними та товарно-грошовими операціями.



Залежно від того, хто є покупцями в торговельному підприємстві прийнято виокремлювати:

підприємництво в оптовій торгівлі;

підприємництво в роздрібній торгівлі;

підприємництво в оптово-роздрібній торгівлі.





## Основні макроекономічні показники за 2015 рік

До відповідного  
періоду  
попереднього  
року

Реальний ВВП (III квартал 2015р.)	↓	-7,2%
Обсяг промислової продукції	↓	-13,4%
Обсяг продукції сільського господарства	↓	-4,8%
Капітальні інвестиції (січень–вересень 2015р.)	↓	-6,0%
Експорт товарів та послуг (9 місяців 2015р.)	↓	-30,8%
Імпорт товарів та послуг (9 місяців 2015р.)	↓	-32,3%
Оборот роздрібною торгівлі	↓	-20,7%
Реальний наявний дохід населення (III квартал 2015р.)	↓	-26,6%
Реальна заробітна плата	↓	-20,2%

Грудень до  
грудня  
попереднього  
року

Індекс споживчих цін	↑	43,3%
Індекс цін виробників промислової продукції	↑	25,4%



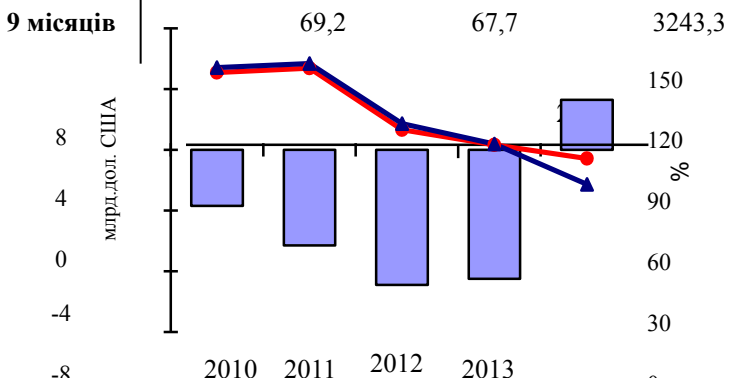


# Зовнішня торгівля

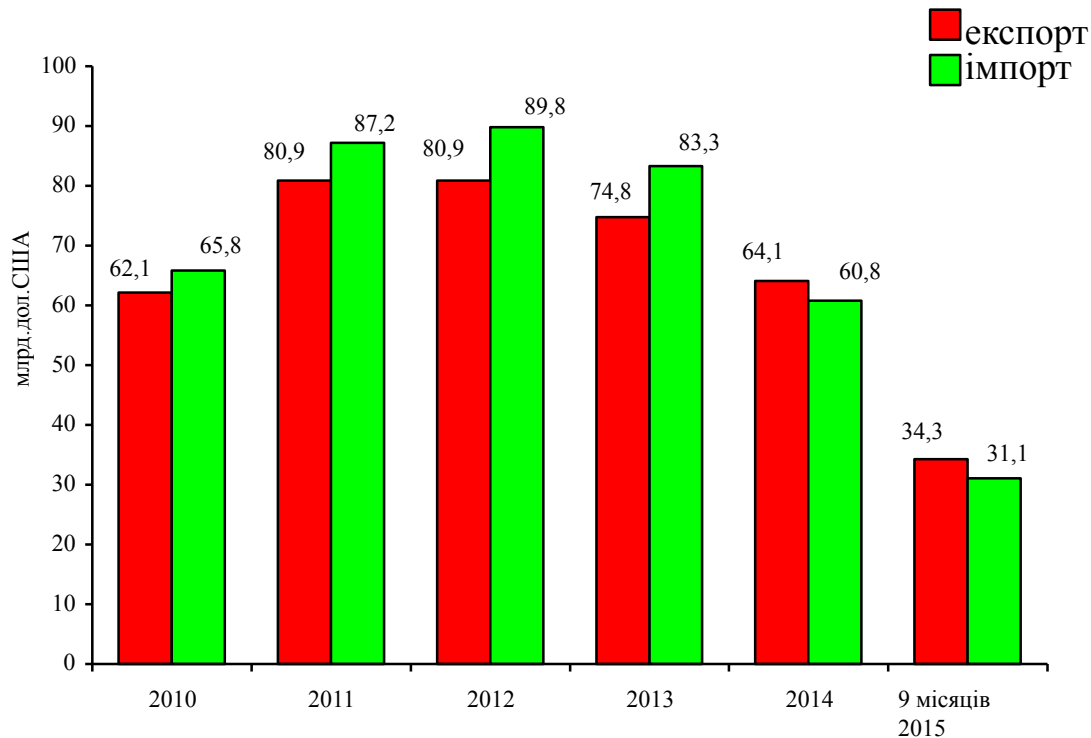
Темпи зростання (зниження) обсягів торгівлі товарами і послугами до попереднього періоду, %

Сальдо, млн.дол. США

	до попереднього періоду, %		Сальдо, млн.дол. США
	експорт	імпор	
2010	128,2	130,6	-3628,4
2011	130,3	132,7	-6290,6
2012	99,9	102,9	-8878,8
2013	92,5	92,8	-8514,3
2014	85,7	72,9	3356,2
2015			



Динаміка обсягів експорту-імпорту товарів і послуг



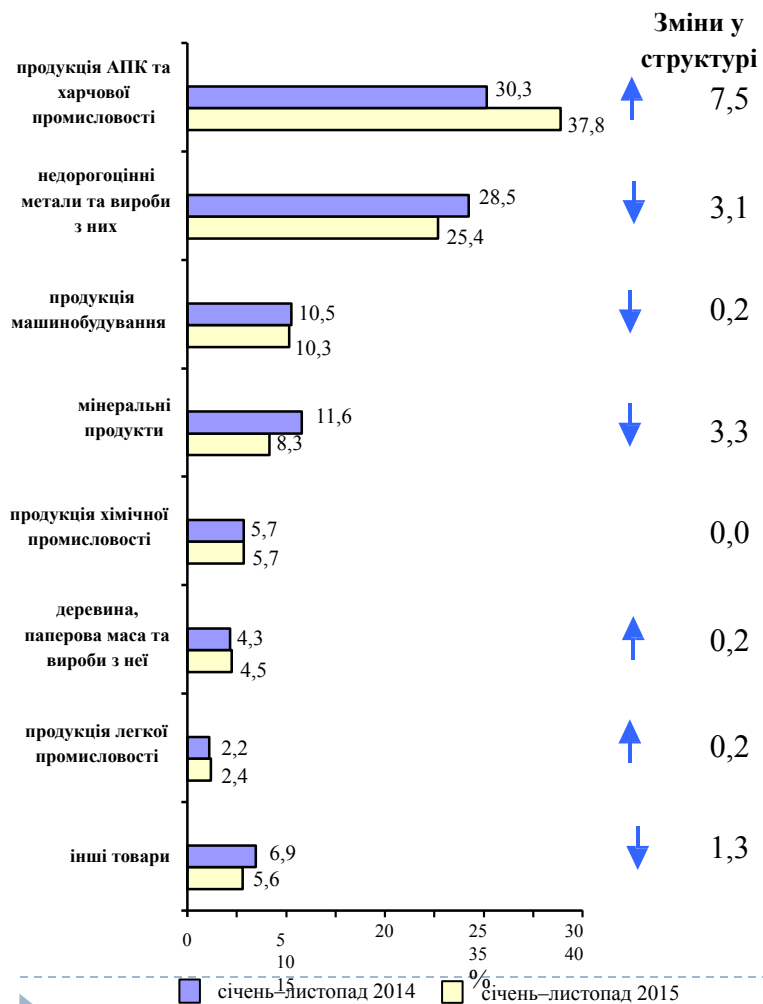
експорт	+28,2	+30,3	-0,1	-7,5	-14,3	-30,8
імпор	+30,6	+32,7	+2,9	-7,2	-27,1	-32,3

■ сальдо експорту-імпорту, %  
 — темпи зростання експорту, %  
 — темпи зростання імпорту, %

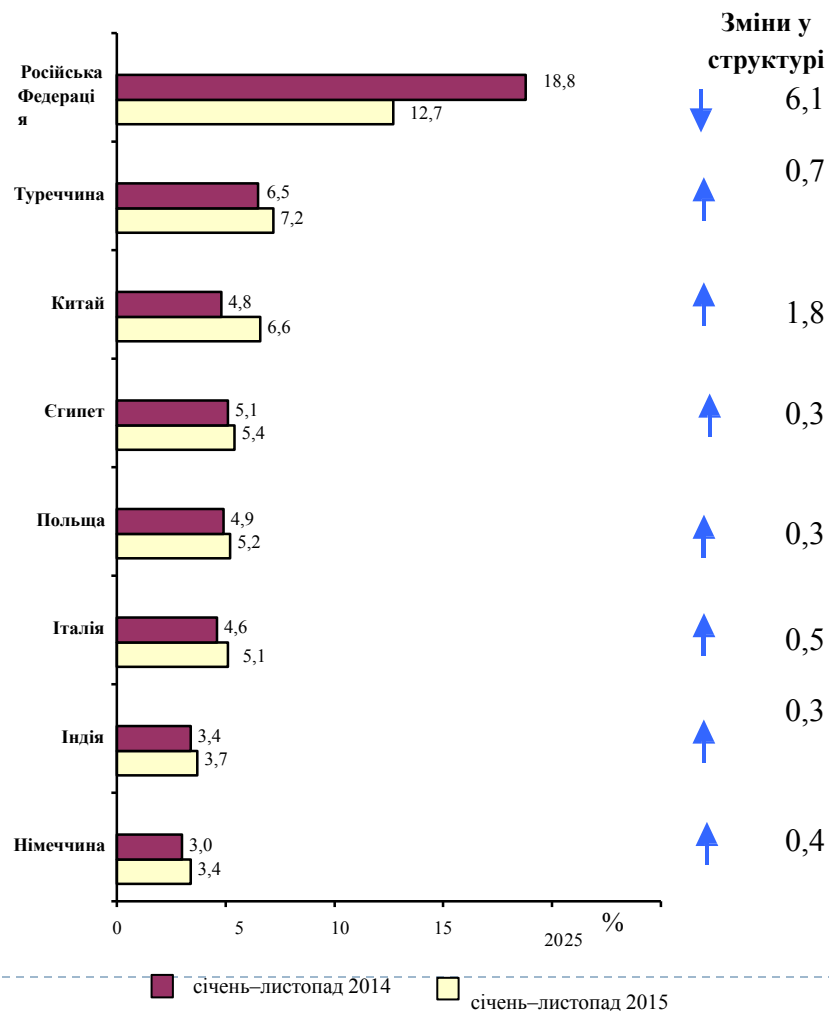


# Структура експорту товарів

## Товарна структура



## Географічна структура

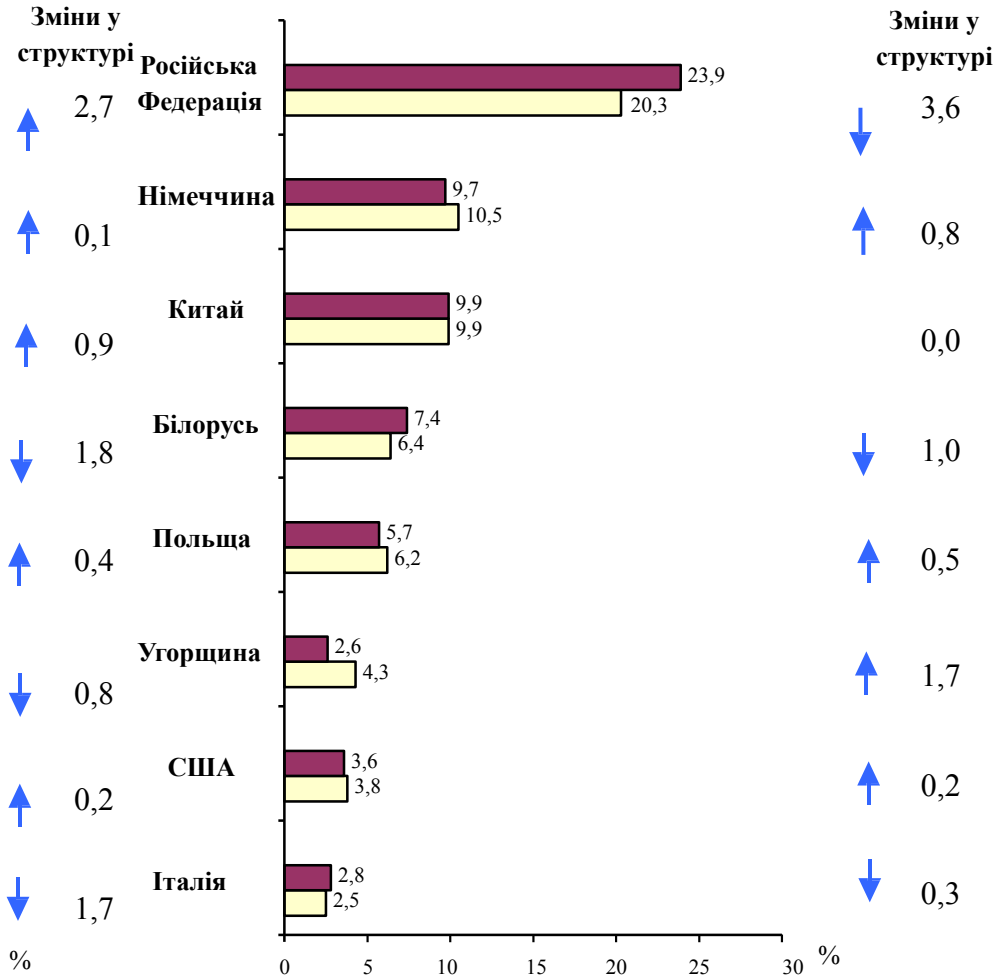




# Структура імпорту товарів

## Товарна структура

## Географічна структура



■ січень-листопад 2014
 ■ січень-листопад 2015

■ січень-листопад 2014
 ■ січень-листопад 2015

□ **Позитивні наслідки співпраці виробника та посередника на товарному ринку**

<b>Механізм співпраці</b>	<b>Позитивні наслідки (ефекти) співпраці</b>
<p>Посередник використовує власні канали розподілу, зв'язки, професійні навички, досвід з метою реалізації продукції виробника</p>	<p><i>Розширення ринку збуту товарів у тому числі освоєння нових географічних ринків</i>  <i>Збільшення виручки (доходу) від реалізації товарів</i></p>
<p>Посередник здійснює збут товарів крупними партіями при можливому цільовому виробництві під конкретне замовлення і навіть через безпосереднє фінансування посередником інвестиційних програм виробника</p>	<p><i>Прискорення обертання виробничого капіталу</i>  <i>Вивільнення грошових коштів для розширеного відтворення виробництва</i></p>
<p>Посередник, що набуває прав власності на товар, придбаває й ризик фінансових втрат при доведенні товару до кінцевого споживача. При наданні агентських або комісійних послуг, посередник як правило приймає на себе делькредере (del credere)*</p>	<p><i>Передача ризиків фінансових втрат</i>  <i>Скорочення непередбачених витрат обумовлених фактором часу (інфляція, псування товару, зміна уподобань споживачів тощо)</i></p>
<p>Посередник, завдяки своїй спеціалізації та чисельним контактам, здатен забезпечити широку доступність товарів та доведення їх до цільових ринків</p>	<p><i>Скорочення господарських зв'язків</i>  <i>Повне або часткове звільнення від виконання функції збуту товарів</i>  <i>Скорочення витрат на збут та просування товарів на ринок (зберігання, транспортування, страхування, рекламування тощо)</i></p>
<p>Посередник, на умовах взаємовигідної співпраці, може інформувати виробника про настрої споживачів, тенденції розвитку ринку</p>	<p><i>Отримання інформаційно-консультаційних послуг щодо стану ринкової кон'юнктури</i>  <i>Корегування стратегічних та оперативних планів виробництва продукції</i>  <i>Отримання конкурентних переваг на даному ринку</i>  <i>Мінімізація ризику непродажу продукції</i>  <i>Отримання надприбутку</i></p>

\* делькредере (del credere) – можлива умова агентського договору або договору комісії, яка передбачає відшкодування принципалу збитків за умов неплатоспроможності покупця, в межах суми, що заздалегідь встановлена угодою.

□ *Негативні наслідки (ефекти) співпраці виробника та посередника на товарному ринку*

1. Зростання витрат виробника, пов'язаних з оплатою послуг посередника;
2. Втрата контролю над ринком збуту товарів (територіальне охоплення, ціна продажу, сервісне обслуговування тощо);
3. Віддаленість від реального споживчого ринку;
4. Потерпання від недобросовісної діяльності посередника.

- Залежно від переходу права власності на товар, що реалізується (самостійності продажу та інших особливостей торговельного процесу) виділяють:

комісіонерів та консигнантів, брокерів, маклерів, аукціоністи, комівожерів;

оптовиків-купців у вигляді дилерів, дистриб'юторів, торгових домів, посилторговців, джобберів.



*Механізм і наслідки (ефекти) співпраці споживача (торговця) та торговельного посередника на товарному ринку*

Механізм співпраці	Наслідки (ефекти) співпраці
<p>✓ Посередник перетворює виробничий асортимент у торговий, одночасно пропонуючи торговцю товари різних виробників</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оптимізація каналів закупівлі товарів</li> <li>• Скорочення витрат на встановлення господарських зв'язків з постачальниками</li> <li>• Формування товарного асортименту</li> <li>• Задоволення попиту споживачів</li> <li>• Збільшення обсягів товарообороту</li> </ul>
<p>✓ Посередник, за рахунок близького територіального розташування, гарантує поставку товарів згідно вимог и потреб торговця</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Збільшення частоти та гнучкості доставки товарів зі складу посередника</li> <li>• Скорочення товарних запасів</li> <li>• Скорочення витрат на зберігання товарів</li> <li>• Скорочення оборотного капіталу на формування товарних запасів та обслуговування торговельного циклу</li> </ul>
<p>✓ Посередник інформує торговця про новітні товарні пропозиції</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оновлення товарного асортименту</li> <li>• Формування попиту споживачів</li> <li>• Отримання конкурентних переваг</li> <li>• Задоволення попиту споживачів</li> <li>• Отримання надприбутку</li> </ul>
<p>✓ Посередник покладає на себе зобов'язання щодо поставки товарів протягом обумовленого періоду за контрактними цінами</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Гарантування ціни поставки протягом узгодженого проміжку часу</li> <li>• Проектування фінансових результатів діяльності</li> <li>• Отримання запланованого прибутку</li> </ul>
<p>✓ Посередник, прилаштувавшись до потреб клієнта, надає торговцю цілу гаму додаткових, супутніх послуг (фінансових, консультаційних, транспортних, технічних (сервісних), рекламних тощо)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оптимізація витрат, пов'язаних з закупівлею товарів</li> <li>• Оптимізація торговельно-технологічного процесу</li> <li>• Підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства</li> </ul>

**Серед негативних наслідків співпраці торговця та торговельного посередника варто виділити:**

зростання витрат торговця, пов'язаних з оплатою послуг посередника;

втрата безпосереднього контакту з товаровиробниками у результаті монополізації посередниками деяких ринків і, як наслідок, відсутність альтернативних джерел закупівлі товарів;

відсутність можливості прямого впливу на виробничу політику товаровиробників з метою удосконалення товарного асортименту;

потерпання від недобросовісної діяльності посередника.

# Торговельно-посередницькі операції на товарному ринку

Агентські  
(представницькі)

Комісійні  
(посередницькі)

Дилерські  
(по перепродажу)






## Основні суб'єкти торговельного посередництва

Посередник	Характеристика
<b>Агент</b>	Посередник, який репрезентує покупців чи продавців на довготривалій основі. Агент виконує обмежену кількість функцій і не має права власності на товар. Отримує винагороду у вигляді відсотків від суми укладеної за його допомогою угоди.
<b>Брокер</b>	Посередник, що спеціалізується на укладанні угод із продажу певних видів товарів або послуг та діє за дорученням сторін. Суб'єктами проведення брокерських операцій є брокерські контори, які виступають юридичними особами, що займаються посередницькою діяльністю на біржі.
<b>Незалежний біржовий брокер</b>	Це фізична особа, зареєстрована у встановленому порядку як фізична особа-підприємець, що здійснює свою діяльність без утворення юридичної особи, та має статус члена або термінового члена біржі, або її товарної секції.
<b>Дилер</b>	Посередник, що здійснює угоди купівлі-продаж цінних паперів, валюти, товарів, діє на ринку від власного імені і за власний рахунок.
<b>Торговий маклер</b>	Посередник, який сам не беруть участі в укладанні угоди, а тільки вказує на можливість її укладання. Підприємницький дохід торговий маклер отримує у вигляді маклерської винагороди, розмір якої залежить від суми укладеної угоди.
<b>Біржовий маклер</b>	Це торговий посередник, який входить до складу персоналу біржі, сприяє укладенню угод купівлі-продажу шляхом зведення партнерів, проводить торги та реєструє усну згоду брокерів продавця та покупця на укладення угоди.
<b>Посилторговець</b>	Посередник, який здійснює реалізацією товарів шляхом розсилання каталогів товарів потенційним покупцям.
<b>Комісіонер</b>	Посередник, який від свого імені укладає за певну винагороду угоди на користь комітента і за його рахунок.
<b>Комівояжер</b>	Збутовий посередник, який за дорученням підприємства не тільки продає, але й доставляє товар покупцям (переважно в домашні господарства).
<b>Консигнатор</b>	Посередник, який продає товар зі свого складу на основі договору-доручення (рідше – консигнаційної угоди).
<b>Дистриб'ютор</b>	Посередник, який спеціалізується на придбанні товарів у виробників і реалізації їх своїм постійним клієнтам.
<b>Треjder</b>	Біржовий посередник, що здійснює торгово-інвестиційні операції (переважно за власний рахунок) на порівняно тривалій період (декілька днів, тижнів або місяців), сприяючи переходу капіталів з одного ринку на інший, з метою отримання прибутку.
<b>Аджастер</b>	Фізична або юридична особа, незалежний фахівець (переважно юрист) по врегулюванню претензій в галузі страхування.

### 3. Біржове підприємництво

Особливим видом підприємницької діяльності є **біржове підприємництво**, суб'єктом якого виступають біржі.

**Біржа** – це особлива організаційна форма оптової торгівлі. Для кожної біржі характерна спеціалізація, що визначається або географічним регіоном (регіональні універсальні біржі), або обраним профілем діяльності.



## Характеристика біржової торгівлі

- концентрується у місцях масового виробництва та споживання товарів;
- здійснюється за специфічними видами товарів (біржовими товарами, контрактами) оптовими партіями;
- проводиться при відсутності товару;
- проводиться регулярно;
- відрізняється гласністю торгів;
- характеризується вільним ціноутворенням на засадах конкурентної боротьби між продавцями та покупцями;
- здійснюється біржовими посередниками, які можуть виступати від імені та в інтересах безпосередніх виробників та споживачів товарів;
- передбачає відсутність прямого державного впливу на процес біржового торгу;
- здійснюється при наявності певних вимог до умов поставки проданих товарів;
- виробляє два основних стандарти, які характеризують якість та ціну товару.

*Біржі, спеціалізація яких визначається профілем діяльності, підрозділяються на такі види.*

1. **Товарна біржа** – особливий ринок, на якому здійснюється оптова торгівля масовими однорідними товарами і зароджується попит та пропозиція цих товарів у масштабах регіону, країни, співдружності країн або світового ринку.

2. **Фондова біржа**– установа, яка створена для забезпечення сприятливих умов вільної купівлі-продажу цінних паперів за ринковими цінами на регулярній та упорядкованій основі.

3. **Валютна біржа** – місце здійснення операцій з купівлі-продажу золота і валюти. Вона організовує валютні торги й проводить розрахунки в іноземній валюті та грошових одиницях України відповідно до домовленостей, визначає поточний ринковий курс іноземних валют по відношенню до національної грошової одиниці, організовує операції Національного банку з метою регулювання (підтримки) поточного валютного курсу національної грошової одиниці.

4. **Біржа праці** – спеціалізується на обліку потреб у різних видах робочої сили та наявної пропозиції робочої сили (купівля-продаж робочої сили через посередника).



	Код за КВЕД	Роки	Кількість підприємств		Кількість зайнятих працівників	
			одиниць	у % до підсумку	тис.осіб	у % до підсумку
<b>Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів</b>	<b>G</b>	20__		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>
		20__				
		20__				
оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	45	20__				
		20__				
		20__				
оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	46	20__				
		20__				
		20__				
роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	47	20__				
		20__				
		20__				



Джерело: Сайт Державної служби статистики України / Публікації / Економічна діяльність / Діяльність підприємств / Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання» (відповідного року)

### Кількість підприємств оптової та роздрібної торгівлі

Кількість  
одиниць в  
тис.

150  
140  
130  
120  
110  
100  
90  
80  
70  
60

Роки

**Умовні позначення.**

Оптова та роздрібна торгівля; ремонт  
автотранспортних засобів і мотоциклів (Всього по  
КВЕД G)



Дякую за увагу!