

зателей оборачиваемости, ускорение продвижения материальных ресурсов до мест потребления и уменьшение уровня их запасов во всех звеньях народного хозяйства способствует увеличению объемов производства, повышению качества выпускаемой продукции и последовательному снижению ее материалоемкости.

Литература: 1. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. — 3-е изд. стереотип. — М.: Институт новой экономики, 1998. — 864 с. 2. Экономика предприятия: Учебник / М. Г. Грещак, В. М. Колот, А. П. Наливайко; [Под общ. ред. С. В. Покропивоного. — К.: КНЭУ, 2003. — 604 с. 3. Скригун Наталя. Оптимізація виробничих запасів як один із напрямів управління витратами // Економіст. — 2003. — №2. — С. 39 – 41. 4. Модели и методы теории логистики: Учеб. пособие / В. С. Лукин-ский, И. А. Ивириный, Ю. В. Малевич; [Под ред. В. С. Лукинского. — СПб.: Питер, 2003. — 175 с. 5. Экономика підприємства: Навч.-метод. посібник / М. В. Афанасьєв, А. Б. Гончаров. — Харків: ІНЖЕК, 2003. — 406 с. 6. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник. — М.: ИТК "Дашков и К", 2005. — 432 с. 7. Рыдняя А. Запасайтесь расчетливо // Бизнес. Бухгалтерия, право, налоги, консультации. — 2002. — №3/1. — С. 52 – 56.

Стаття надійшла до редакції
19.04.2005 р.

УДК 347.71:339

**Власова Н. О.
Красноусов А. В.**

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗМІСТУ "КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ" ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

In the article the existing approaches to definition the essence of the terms "trade", "commerce", "commercial activity" are considered. The attempt of differentiation of the given terms is made and the contents of enterprises commercial activity are determined.

У сучасній економічній літературі надзвичайно широко застосовуються такі терміни, як "торгівля", "комерція". Однак не всі автори ставлять перед собою завдання дати чітке визначення категоріям, які використовують, у результаті чого може виникнути плутанина під час спроби проведення меж між зазначеними вище термінами.

Актуальність теми дослідження, висвітленої в статті, зумовлюється необхідністю удосконалення категоріального апарату в торгівлі та комерційній діяльності. Наукова новизна висвітлених результатів полягає у спробі розмежувати поняття "торгівля" та "комерція".

Дослідженню значень економічних категорій "торгівля", "комерційна діяльність" присвячені праці багатьох вітчизняних і закордонних вчених. Однак у цих роботах розглядається, як правило, одна з категорій або ж одна з них пояснюється через іншу і обидві виступають як економічні синоніми, що мають незначні відмінності, без акцентування уваги на відмінностях. Коло економістів, що приділили увагу питанню, яке досліджується, досить широке. До нього входять такі науковці, як А. Сміт,

Д. Рікардо, Ж. Б. Сей, К. Маркс, Л. Мізес, Ф. Хаєк, К. Макконелл, Т. В. Андросова, А. В. Зирянов, В. К. Памбучіанц та ін.

Проведення економічних досліджень на теоретичному рівні, вирішення практичних завдань управління торговельним підприємством потребують чіткого розуміння сутності даних економічних категорій. Метою даної статті є розмежування понять "торгівля" і "комерційна діяльність", а також визначення змісту комерційної діяльності підприємств торгівлі.

Визначення ряду категорій, які мають близький за значенням зміст та частково доповнюють одна одну, викликано історично нерівномірним економічним розвитком різних країн. Так, латинський термін "*commercium*", англійський "*commerce*", який пішов від нього, так само як і німецький "*Kommerzien*" перекладається як "торгівля", крім того в сучасній іноземній літературі рівнозначність термінів "комерція" і "торгівля" зберігається. Наприклад, в Оксфордському енциклопедичному словнику знаходимо наступне визначення: торгівля — купівля та продаж..., комерція [1]. Проте, в сучасній російсько- та україномовній літературі дані категорії мають власні специфічні властивості.

Як зазначає Макс Фасмер, термін "комерція" у значенні "торгівля" з'являється в російській мові, починаючи з епохи Петра I [2]. Для чіткого розуміння розбіжностей між двома термінами зупинимося в першу чергу на визначенні терміна "торгівля".

Виникнення торгівлі пов'язане з розвитком і капіталізацією суспільства. Для визначення моменту виникнення торгівлі історію людства можна умовно розбити на три періоди (рисунк):

- 1) натуральне виробництво в обмежених кількостях для власного споживання;
- 2) виробництво у великих кількостях з метою споживання й обміну одного товару на інший;
- 3) поділ праці, виробництво з метою обміну за допомогою загального еквівалента — грошей.

Тобто торгівля з'явилася як особлива форма обміну, що здійснюється за допомогою грошей. Однак обмін з виникненням торгівлі не зник. Обмін товарами зберігся у вигляді бартеру, крім нього існує обмін досвідом, знаннями, послугами та ін.

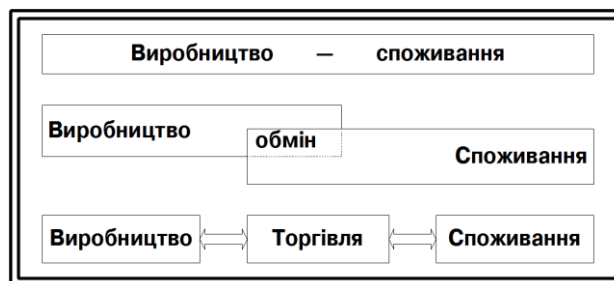


Рис. Торговля як форма обміну

Специфіка торгівлі, її відмінність як від натурального обміну, так і від товарного обігу полягає в кінцевій меті. Форма товарного обігу має вигляд: $T - \Gamma - T$. Форма ж торговельного обміну виглядає так: $\Gamma - T - \Gamma$, тобто відбувається покупка товару для його продажу, а не навпаки.

Таким чином, торгівля займається винятково купівлею-продажем товарів. Тим самим торгівля звільняє

виробництво від необхідності додання зусиль для пошуку споживачів і здійснення акта реалізації виробленої продукції. Також вона звільняє споживачів товарів від зайвих витрат на пошук необхідних товарів. В умовах розвитку процесу суспільного поділу праці торгівля виступає в ролі посередника між виробництвом і споживанням, між товаровиробниками і споживачами їх продукції.

К. Маркс розглядав торгівлю як *процес* купівлі-продажу товарів, що становить частину процесу кругообігу капіталу. Крім того зазначав, що торгівля є *посередником* — необхідною сполучною ланкою між виробництвом і споживанням, що й обумовлює весь процес капіталістичного виробництва та обігу, тобто товари виробляються не тільки для внутрішнього споживання, але й для обміну на інші товари [3, с. 71].

Розглянемо деякі визначення терміна "торгівля", що зустрічаються в спеціальних енциклопедичних виданнях.

Торгівля — виробництво торгу, купівля і продаж, промисел купецький, оборот товарами для одержання прибутку [4, с. 693 – 694].

Торгівля — *форма обміну* продуктами праці й послугами, історично обумовлена виникненням і розвитком товарного виробництва; *галузь*, що здійснює посередницьку діяльність; *посередник* між виробництвом і споживанням [5].

У даному трактуванні торгівля характеризується також як "галузь", тобто як сукупність підприємств, установ і організацій, що характеризуються визначеними спільними рисами, виконуваними функціями, наданими послугами і под. Таке ж визначення зустрічається й у сучасному російському енциклопедичному словнику [6, с. 532].

Таким чином, можемо зробити висновок, що "торгівля" — це:

форма обміну товарів і послуг у вигляді послідовних актів купівлі-продажу;

діяльність, пов'язана з організацією процесів купівлі-продажу;

посередник, що здійснює зв'язок між виробництвом і споживанням;

галузь народного господарства, представлена сукупністю підприємств, що виконують торговельні функції.

Тепер зупинимось на визначенні терміна "комерція".

Як було зазначено вище термін "комерція" при прямому перекладі трактується рівнозначно термінові "торгівля". В. Даль визначає: "Комерція — торг, торгівля, торговельні обороти, купецькі промисли" [7, 240 с.]. Однак у сучасній літературі зустрічаються дещо інші точки зору, що вносять корективи в розуміння сутності "комерції".

Відповідно до економічної енциклопедії: "Комерція — суспільно необхідна діяльність на ринку товарів і послуг, завдяки якій досягаються ринкові взаємодомовленості та реалізація економічних інтересів усіх учасників суспільного відтворення" [8]. У даному визначенні "комерція" — це *діяльність* не тільки на *ринку товарів* (як торгівля), але й на *ринку послуг*, суть якої полягає не в купівлі-продажу товарів, а в організації *взаємовигідних (договірних) відносин* між суб'єктами господарювання.

Іноді в літературі комерцію ототожнюють з посередництвом, іноді з підприємництвом. Так, А. В. Зирянов, розмежовуючи комерцію і посередництво, зазначає, що цілком ототожнювати комерцію з посередництвом не варто, оскільки посередницька діяльність не обов'язково

здійснюється на комерційній основі, крім того не будь-який комерсант є посередником. Наприклад, виробники, що реалізують свій товар, є комерсантами, оскільки отримують прибуток від своїх дій, але посередниками не вважаються [9]. А в російському економічному енциклопедичному словнику "комерція" визначається як: "...діяльність із продажу товарів або послуг з метою одержання прибутку, підприємницька діяльність" [6, с. 301].

На думку авторів, безперечно, "комерція" і "посередництво" це близькі поняття. Але основна відмінність між ними полягає в тому, що якщо "посередництво" припускає обов'язкову наявність третього суб'єкта у взаєминах між виробником і споживачем товару або послуги, то "комерцією" можуть самостійно займатися як виробники товарів і послуг, так і споживачі (оптові покупці) цих товарів і послуг на відповідних ринках.

Що ж стосується розширеного трактування комерційної діяльності як будь-якої діяльності з метою одержання прибутку та її ототожнення з підприємництвом, то в даному випадку можна говорити про помилковість розуміння сутнісних характеристик даних економічних явищ.

Розуміння комерційної діяльності як діяльності, яка спрямована на одержання прибутку, пов'язане з розподілом підприємств на комерційні й некомерційні і відображається в багатьох нормативних і законодавчих актах. Так, у Господарському кодексі України (гл. 4, ст. 42 "Господарська *комерційна* діяльність (*підприємництво*)") дається наступне визначення: "Підприємництво — це самостійна, ініціативна систематична діяльність, яка чиниться суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних та соціальних результатів і одержання прибутку" [10, с. 26].

Спробуємо визначити чи можна будь-яку діяльність, спрямовану на одержання прибутку, вважати комерційною і чи завжди комерційна діяльність спрямована на одержання прибутку.

На думку авторів, в умовах ринкової економіки діяльність будь-якого господарюючого суб'єкта (у даному випадку йдеться про так звані "комерційні", небюджетні підприємства), спрямована на виробництво та реалізацію товарів і послуг, багатогранна. Залежно від рівня спеціалізації та диференціації в цій діяльності можуть переважати виробничі, торговельні, транспортні, інформаційні, фінансові й інші функції, що визначають галузеву приналежність підприємства. Але при цьому підприємства різних галузей не існують ізольовано одне від одного, а вступають у певні взаємини з приводу закупівлі необхідних ресурсів, залучення фінансових коштів, збуту продукції, послуг і под. Іноді частина даних функцій перекладається на посередників. У зв'язку з цим вважаємо, що комерційна діяльність — це лише частина, складова загального процесу господарювання на підприємствах різних галузей народного господарства. При цьому, якщо в торговельних підприємствах комерційні операції відіграють головну роль, то у виробничих підприємств — другорядну.

Таким чином, комерційна діяльність як елемент господарської діяльності спрямована на досягнення тих цілей, що в основному стоять перед підприємством, а це, як відомо, не завжди одержання прибутку. Що ж стосується діяльності, спрямованої на одержання прибутку, то це належить, насамперед, до розуміння сутності підприємницької діяльності, для якої характерною рисою є наявність ризику й інновацій.

Більш того, відповідно до Господарського кодексу України некомерційні підприємства — ті, перед якими не стоїть мета одержання прибутку [10, с.28], вони можуть створювати реальні блага як матеріальні, так і нематеріальні (нематеріальні — послуги, інформація). У зв'язку з цим некомерційні підприємства так само як і "комерційні" мають зв'язок із зовнішніми ринками. У процесі здійснення даних зв'язків підприємства виконують ряд функцій, серед яких можна виділити фінансові, управлінські, функції постачання та ін. Але, для даного дослідження важливо те, що кожне підприємство виконує комерційні функції, а це означає наявність комерційної діяльності. На некомерційних підприємствах також можуть бути спеціальні комерційні відділи, в обов'язки яких і входить виконання комерційних функцій і контроль за їх виконанням. До таких функцій належать закупівля та збут, ті операції, які кожне підприємство поводить з максимальною вигодою для себе, навіть якщо мова не йде про прибуток.

Таким чином:

1. Торгівля як сукупність суб'єктів, що хазяюють, надає посередницькі послуги виробникам і споживачам товарів, займається просуванням товарів на ринок, а торговельні підприємства поряд з іншими функціями займаються комерційною діяльністю.

2. Комерційна діяльність властива всім суб'єктам господарювання, що вступають у договірні відносини з контрагентами з приводу придбання та продажу необхідних матеріальних, фінансових цінностей і послуг.

3. Комерційна діяльність на рівні торговельних підприємств пов'язана з чистими функціями торгівлі: зміною форм вартості і форм власності. Крім комерційних функцій торговельні підприємства виконують функції, пов'язані з продовженням процесу виробництва у сфері обігу.

4. Комерційна діяльність відрізняється від торговельної діяльності об'єктами купівлі-продажу. Торгівля пов'язана з покупкою і продажем товарів, що мають матеріальну форму. До об'єктів комерційної діяльності, крім товарів, відносять цінні папери, валюту, нематеріальні активи й ін.

5. Комерційна діяльність пов'язана тільки зі сферою обміну. Торгівля обслуговує і виробництво, і розподіл, і споживання і є частиною сфери обігу.

Підсумки наукового дослідження подані в таблиці.

Таблиця

Відмінності торговельної та комерційної діяльності

№ п/п	Ознака	Торговля	Комерційна діяльність
1	2	3	4
1.	Об'єкти	Товари	Товари, послуги, цінні папери, грошові активи й ін.
2.	Суб'єкти	Підприємства оптової, роздрібно-торгівлі, торговельні посередники	Підприємства різних галузей народного господарства: виробничі, торговельні, інформаційні, фінансові й ін.
3.	Ступінь участі в загальному процесі господарювання підприємства	Визначає галузеву приналежність підприємства до торговельної галузі	Є частиною загального процесу господарювання

Закінчення таблиці

1	2	3	4
4.	Основні функції	Реалізація споживчої вартості і вартості товарів. Продовження процесу виробництва у сфері обігу, зміна форм вартості і форм власності	Зміна форм вартості і форм власності. Організація договірних взаємин з постачальниками і покупцями, закупівель і збуту на рівні підприємства
5.	Мета	Ефективне здійснення процесу доведення товарної маси зі сфери виробництва в сферу споживання	Збігається з загальними стратегічними цілями розвитку підприємства: прибуток, частка ринку, зростання обсягу діяльності й ін.
6.	Зв'язок фазами відтворення	Обслуговує виробництво, розподіл, споживання і є частиною сфери обігу	Обслуговує сферу обміну

Література: 1. The Oxford Encyclopedic English Dictionary. Clarendon Press, Oxford 1991. Oxford University Press, New York. — 1529 p. 2. Макс Фасмер. Этимологический словарь русского языка. Т. 2. — М.: "Прогресс", 1996. — С. 304. 3. Маркс Карл. Капитал. Критика политической экономии / Пер. И. И. Скворцова-Степанова. Т. 2. Кн. 2. Процесс обращения капитала / Под ред. Ф. Энгельса. — М.: Политиздат, 1978. — 648 с. 4. Толковый словарь живого великорусского языка: Современное написание: В 4 т. Т. 4. Р—Я / В. И. Даль. — М.: ООО "Издательство АСТ"; ООО "Издательство Астрель", 2003. — 1144 с. 5. Економічна енциклопедія: У 3 т. Т. 3 / Відп. ред. С. В. Мочерний. — К.: Вид. центр "Академія", 2002. — 952 с. 6. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. советского изд. "Экономика"; Ин-т экон. РАН; Гл. ред. Л. И. Абалкин. — М.: ОАО "Издательство" Экономика", 1999. — 1056 с. 7. Толковый словарь живого великорусского языка: Современное написание: В 4 т. Т. 2. И—О / В. И. Даль. — М.: ООО "Издательство АСТ"; ООО "Издательство Астрель", 2003. — 1280 с. 8. Економічна енциклопедія: У 3 т. Т. 1 / Відп. ред. С. В. Мочерний. — К.: Вид. центр "Академія", 2000. — 848 с. 9. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке: Учеб. пособие / Под ред. А. В. Зырянова. — Екатеринбург: РИФ "Солярис", 1995. — 416 с. 10. Господарський кодекс України: Офіційний текст, прийнятий Верховною Радою України 16 січня 2003 р. — К.: Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2003. — 204 с.

Стаття надійшла до редакції
22.04.2005 р.

УДК 658.3:364

**Гринева В. Н.
Боровик М. В.**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОЦЕНКЕ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

In the article the valuation method of estimating the industrial enterprise social development level is given. The method is worked out on the basis of set of indexes characterizing social aspect of transactor unit activity.

© Гринева В. Н., Боровик М. В., 2005