

Олефір О. О., студентка,
Юридичний факультет,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: Загрішева Н.В., к.ю.н., доцент

ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Неможливо уявити сьогодення без розвитку людської діяльності. В тезах ми б хотіли висвітити такий вид діяльності, як комерція.

Комерція – слово латинського походження (лат. «commercium»), що означає «торгівля» [1 с.28]. Термін «комерційна діяльність» з'явився в Україні паралельно з терміном «ринок», оскільки ринкова економіка – це економіка вільного підприємництва, за якому отримують розвиток усі комерційні процеси і відносини обміну.

В умовах ринкової економіки домінуючими є товарно-грошові відносини, тому кожний продукт продається й купується. Комерція як різновид людської діяльності здебільшого асоціюється з торгівлею, однак це тлумачення вузьке. Комерційна діяльність характерна не лише для торгівлі. Останніми роками вона пришвидшеними темпами інтегрується з виробничою діяльністю, поширюється у сфері послуг, на ринку інтелектуальної власності, технологій, цінних паперів.

Л. В. Осипова та І. М. Синяєва розглядають комерційну діяльність як сукупність процесів і операцій, спрямованих на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку [2, с.67]. При цьому вчені вважають, що поняття «комерційна діяльність» економічно ширше, ніж торгівля, оскільки основою торгівлі завжди є комерція, але не кожна комерційна діяльність зводиться тільки до торгівлі [2, с.74].

Багато юридичних осіб у сфері комерційної діяльності здійснюють складний комплекс заготівельної, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої підприємницької діяльності з метою її подальшої реалізації через процеси купівлі-продажу для отримання прибутку.

Отже, аналіз дефініції «комерційна діяльність» дає змогу зробити висновок, що багато дослідників сходяться на думці, що предметом комерційної діяльності є процеси у сфері товарообігу з обов'язковим врахуванням задоволення потреб споживачів.

Підприємець завжди прагне здобувати ресурси і користатися послугами у відповідності зі своїми власними комерційними інтересами.

Задача, що ставить перед ним ринок, зводиться до необхідності створити якісний товар і вигідно його реалізувати. Тому матеріально-технічне постачання (закупівлі і т. п.), як одне з основних умов створення товару, варто цілком віднести до комерційної діяльності і розглядати в

якості її найважливішого елемента.

В основі формуючих умов комерційної діяльності об'єктивною реальністю виступають ринкові відносини і технологія просування продукції від виробника до споживача. Комерція є своєрідним економічним барометром, що показує і здійснює найбільш доцільні і вигідні вкладення коштів у властиві їй сфери й об'єкти [1, с.50].

При цьому в її поле зору знаходяться витрати обертання товарів і їхня мінімізація. Представляється правомірним розглянути теоретичну і практичну приналежність комерції. Теорія, що базується на економічних законах ринку, орієнтована на їхнє пізнання, встановлення основних положень комерційної діяльності, виявлення факторів і орієнтирів розвитку комерційної справи. Закономірностям комерції і комерційних процесів властиві свої правила і принципи.

Головний принцип комерції - це пронизування комерційними діями етапів просування продукції від виробника до споживача, забезпечуючи зниження витрат повертання й одержання реального прибутку від продажу продукції. Механізм комерції будується на саморегулюванні, де визначальна роль диктується економічними і розпорядницькими методами [3, с.142].

У результаті зароджуються сприятливі умови, що сприяють динамічному розвитку комерції. Комерційна самозабезпеченість означає вибір способів і прийомів, спрямованих на розвиток господарської діяльності конкретного ринку. Така позиція веде до утворення ціле-спрямованого виробництва і споживання продукції.

Література

1. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : Монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 807 с.
2. Крисько Ж. А. / Ж. Крисько // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2013. – Вип. 18. – с. 75-83. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Un_msm_2013_18_12
3. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник. Ростов на Дону : Феникс, 2009. 365 с.