

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ЛУБЕНСЬКИЙ ФІНАНСОВО - ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ
КОЛЕДЖ ПОЛТАВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО АГРАРНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ»**

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ**

«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

(назва дисципліни)

**ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 076 Підприємництво та торгівля**

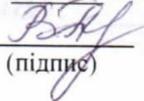
ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНИЙ СТУПІНЬ фаховий молодший бакалавр

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Вікторія ПОНОМАРЕНКО, викладач комерційних дисциплін, кваліфікаційна категорія «спеціаліст вищої категорії», викладач-методист

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні циклової комісії
економчно-комерційних дисциплін
Відокремленого структурного підрозділу
«Лубенський фінансово - економічний
фаховий коледж Полтавського державного
аграрного університету»

Протокол № 2 від «01» 09 2025 р.

Голова циклової комісії  (Вікторія ПОНОМАРЕНКО)
(підпис)

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна програма навчальної дисципліни «Комерційна діяльність» є нормативним документом, що визначає зміст навчальної дисципліни, компетентності та результати навчання, які вона формує.

Навчальна програма навчальної дисципліни «Комерційна діяльність» спрямована на формування у студентів знань, умінь і навичок з організації та технології комерційної діяльності в сфері товарного обігу та формування у майбутніх фахівців мислення, спрямованого на пошук вигідних господарських операцій через купівлю-продаж товарів.

Навчальну програму з навчальної дисципліни «Комерційна діяльність» укладено на основі ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» розробленої на основі Стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 076 Підприємництво та торгівля освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр».

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальності	076 Підприємництво та торгівля
Освітньо-професійний ступінь	фаховий молодший бакалавр
Нормативна/вибіркова	обов'язковий компонент (ОК), що формує спеціальні компетентності
Кількість тем	20
Загальна кількість годин	180
Види навчальної діяльності та види навчальних занять, обсяг годин:	
Лекції	50
Практичні заняття	40
Самостійна робота	90
Форма підсумкового контролю	екзамен

II. МЕТА, ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

компетентності та заплановані результати навчання

Мета навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»: засвоєння та формування системи теоретичних знань, вмінь та навичок щодо формування спрямована на формування навичок з організації та технології комерційної діяльності в сфері товарного обігу та формування у майбутніх фахівців мислення, спрямованого на пошук вигідних господарських операцій через купівлю-продаж товарів.

Завдання вивчення дисципліни «Комерційна діяльність»: набути теоретичних знань і практичних навичок по нормативно-правовому забезпеченню комерційного підприємства, організації та плануванню закупівельної і збутової діяльності, організації комерційних зв'язків та роботи по укладенню комерційних договорів на внутрішньому ринку та у сфері зовнішньої торгівлі, прогресивні форми і методи продажу товарів, способи оцінки комерційних ризиків та ефективності комерційних операцій.

Предметом навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»: є сукупність економічних відносин, що виникають у процесі купівлі-продажу товарів та послуг, а також організаційно-економічні процеси, пов'язані з цими операціями.

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»: є засвоєння знань з дисципліни «Вступ до спеціальності», «Комунікаційна діяльність», «Менеджмент», «Комерційне товарознавство», «Ціноутворення».

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі освіти **повинні:**

- знати:

- нормативно-правове забезпечення у комерційній діяльності;
- зміст комерційної діяльності виробничих і торговельних підприємств;
- зміст процесів організації та планування закупівель і збуту товарів;
- організацію комерційних зв'язків та роботи по укладенню комерційних договорів на внутрішньому ринку та у сфері зовнішньої торгівлі;
- зміст асортиментної політики виробничих та торговельних підприємств;
- зміст торговельно-технологічних процесів в оптових і роздрібних підприємствах;
- прогресивні форми і методи продажу товарів;
- способи оцінки комерційних ризиків та ефективності комерційних операцій.;

- вміти:

- визначати комерційних партнерів у сферах закупівлі і збуту товарів, відбирати більш вигідних;
- розробляти проекти договорів;
- проводити ділові переговори по формуванню комерційних зв'язків;
- розраховувати потребу в закупівлях товарів;
- розробляти асортиментні переліки товарів та контролювати стійкість асортименту;
- визначати потребу в складських площах для зберігання товарів;
- виявляти та оцінювати комерційні ризики, пропонувати способи їх зниження;
- розраховувати показники ефективності комерційної діяльності, здійснювати їх аналіз, визначати шляхи підвищення ефективності комерційної діяльності;
- розв'язувати проблемні ситуації у сферах закупівлі та збуту товарів.

Міждисциплінарні зв'язки: дисципліна «Комерційна діяльність» поглиблює та конкретизує знання здобувачів освіти, набуті в процесі вивчення дисциплін «Підприємницька діяльність», «Комунікаційна діяльність», «Менеджмент», «Вступ до спеціальності».

Знання здобуті при вивченні «Комерційної діяльності» застосовуються під час проходження практики з комерційної діяльності, виробничій практиці та атестації здобувачів фахової передвищої освіти.

Програмою навчальної дисципліни «Комерційна діяльність» передбачено проведення лекцій, семінарських, практичних із тем курсу, а також виконання курсової роботи, складання семестрового екзамену.

Перелік і сутність сформованих компетентностей і результатів навчання:

Назва компетентностей/ результатів навчання	Сутність сформованих компетентностей/результат
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
Спеціальні компетентності	СК 1. Здатність враховувати основні закономірності та сучасні досягнення у підприємницькій та торговельній діяльності.

(СК)	<p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких та торговельних структур.</p> <p>СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності.</p> <p>СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької та торговельної діяльності.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.</p> <p>СК 8. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p> <p>СК 9. Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької та торговельної діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати логістичні системи у підприємницькій та торговельній діяльності</p>
Результати навчання (РН)	<p>РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій та торговельній діяльності із професійною метою.</p> <p>РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.</p> <p>РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємницької та торговельної діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.</p> <p>РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур.</p> <p>РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій та торговельній діяльності.</p> <p>РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.</p> <p>РН 11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати їх на практиці.</p> <p>РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.</p> <p>РН 14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у підприємницькій та торговельній діяльності.</p> <p>РН 15. Застосовувати моделі електронної комерції в діяльності підприємницьких та торговельних структур.</p> <p>РН 16. Використовувати логістичні системи у підприємницькій та торговельній діяльності.</p> <p>РН 17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких та торговельних структур для забезпечення їх ефективності.</p>

III. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3.1. ОРІЄНТОВНА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Тема Назва	Обсяг годин			Разом
		Лекції	Практич і/семінари	Самостійн е вивчення	
1	Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємств	2		8	10
2	Функції комерційних служб підприємств	2		6	8
3	Суб'єкти і об'єкти комерційної діяльності	2	2	4	8
4	Дослідження ринку товарів і послуг	2	2	2	10
5	Організація і планування закупівельної діяльності підприємств	2	2	2	
6	Організація і планування збутової діяльності підприємств	2	2	2	10
7	Організація комерційних зв'язків з постачання та збуту	2	2		
8	Формування асортименту товарів промислових підприємств	2	2	2	
9	Експортно-імпортні операції	4	2	4	10
10	Види оптових підприємств та організація їх складського господарства	4	2	4	10
11	Організація оптових закупівель та формування товарного асортименту підприємств оптової торгівлі	2		2	
12	Технологія складських операцій	2	2		
13	Організація оптового продажу товарів	4		2	8
14	Особливості та зміст комерційної діяльності в роздрібній торгівлі	2		4	8
15	Роздрібна торговельна мережа	2		2	8
16	Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі	4	2	4	10
17	Форми, методи та технологія роздрібногo продажу товарів	2		6	8
18	Торговельне обладнання та інвентар	2	2	6	10
19	Ризики та ефективність комерційної діяльності	4	2	4	10
20	Аналіз комерційної діяльності на підприємствах	4	2	4	10
	Всього	50	40	90	180

3.2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємств

Поняття про комерційний процес і комерційну діяльність. Суть комерційної діяльності. Комерційні операції та їх класифікація.

Елементи комерційної діяльності на різних етапах руху товарів до споживача.

Принципи комерційної діяльності: економічна свобода, конкурентоспроможність, адаптивність, ризикованість, ефективність.

Чинники розвитку комерційної діяльності: зовнішні (лібералізація економіки, товарно-грошові відносини, рівень доходів, податкова система, правова база), внутрішні (об'єкти, суб'єкти, методи діяльності, ціни, кваліфікація комерційного апарату). Стримуючі чинники: централізм, монополізм, адміністративність, корупція.

2. Функції комерційних служб підприємств

Комерційна служба підприємства та принципи її побудови: за функціями, товарною спеціалізацією, ринками, регіонами.

Вимоги до побудови комерційних служб: гнучкість, мобільність, простота структури, відповідність масштабам діяльності підприємства тощо.

Основні підрозділи комерційних служб та їх функції: закупівельні, реалізаційні, ринково-організаційні.

Зв'язок і взаємодія комерційної і маркетингової служб підприємства. Місце комерційної служби в організаційній структурі підприємства.

3. Суб'єкти і об'єкти комерційної діяльності

Суб'єкти комерційної діяльності та їх класифікація за юридичним статусом, організаційно-правовою формою, формою власності, призначенням.

Види суб'єктів комерційної діяльності на товарному ринку: в сфері виробництва, роздрібною торгівлі, комерційного посередництва.

Основні об'єкти комерційної діяльності: товар, послуга, нерухомість, результати інтелектуальної праці.

Основні вимоги до об'єктів комерційної діяльності.

Поняття про якість та конкурентоспроможність товарів. Кодування товарів.

Практичне заняття

Побудова організаційної структури комерційної служби для конкретного підприємства.

4. Дослідження ринку товарів і послуг

Маркетингові дослідження як основа ефективної комерційної діяльності.

Напрямки дослідження ринку товарів: дослідження ринку (вивчення і аналіз умов ринку, вивчення організації торгівлі), дослідження потенційних можливостей підприємства.

Вибір маркетингової стратегії на ринку. Наступальні та оборонні стратегії, їх складові елементи.

Тактика маркетингу. Роль маркетингових досліджень в підвищенні ефективності комерційної діяльності.

Семінарське заняття

Практичне заняття

Вивчення методів дослідження, що використовує комерційна служба

5. Організація і планування закупівельної діяльності підприємств

Суть оптових закупівель та принципи їх організації.

Зміст закупівельної роботи: підготовчі операції, безпосередньо закупівельні операції, кінцеві операції.

Оперативне планування закупівель: визначення потреби в оптових закупівлях матеріально-технічних ресурсів, складання плану оптових закупівель.

Обґрунтування вибору постачальників матеріально-технічних ресурсів: пошук джерел закупівлі, вибір постачальників. Критерії вибору постачальників.

Організація закупівель матеріально-технічних ресурсів за прямими зв'язками. Переваги та умови закупівель за прямими зв'язками.

Товарообмінні операції та їх види: бартерні угоди, компенсаційні угоди, угоди з

давальницькою сировиною. Умовні застосування в оптових закупівлях товарообмінних операцій.

Організація закупівель товарів на ярмарках і виставках. Суть та види ярмарок і виставок. Технологія ярмарково-виставкової діяльності.

Оптові закупівлі матеріально-технічних ресурсів на аукціонах і міжнародних торгах (тендерах). Суть товарних аукціонів та технологія їх проведення. Суть тендерів, процедура їх підготовки та проведення.

Особливості закупівельної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Семінарське заняття

Практичне заняття

Обґрунтування вибору постачальників для конкретного підприємства.

6. Організація і планування збутової діяльності підприємства

Оптовий продаж товарів та його роль в діяльності підприємства.

Обґрунтування вибору покупців: пошук можливих покупців, вибір покупців.

Елементи оптового продажу: формування комерційних зв'язків з оптовими покупцями, організація безпосереднього оптового продажу, організація надання додаткових послуг, рекламно-інформаційна робота, облік і контроль продажу товарів.

Сучасні схеми оптового продажу за участю посередників. Види дистриб'юторів і дилерів. Вибір дистриб'юторів і дилерів. Організація дистриб'юції. Схеми побудови дистриб'юторської мережі. Типи дистрибутивної політики виробника. Регіональний представник виробника та його функції. Торговельні представники та їх функції.

Організація продажу товарів на оптових продовольчих ринках. Значення і місце оптових продовольчих ринків на аграрному ринку. Суть оптового продовольчого ринку, його завдання та функції. Класифікація оптових продовольчих ринків за територіальною ознакою, функціональною спрямованістю, організаційно-правовою формою, формою власності, спеціалізацією, конструкцією.

Нормативно-правове забезпечення діяльності оптових продовольчих ринків в Україні: Про оптові продовольчі ринки: Постанова Кабінету Міністрів України, Типові правила роботи оптових ринків сільськогосподарської продукції: Наказ Міністерства аграрної політики України та ін.

Правила торгівлі на оптових продовольчих ринках. Організація і методи проведення оптових торгів.

Лізинг як форма оптового продажу. Поняття лізингу. Етапи лізингу. Функції лізингу. Суб'єкти і об'єкти лізингу. Значення лізингу для продавців-виробників. Основні види лізингу: за формою організації угоди, за сферами ринку, тривалістю угоди. Зміст роботи з організації лізингу. Лізингові платежі.

Поняття про електронну комерцію. Основні чинники, що зумовлюють розвиток оптового електронного продажу товарів. Організаційні форми оптової електронної торгівлі: електронні торгові майданчики, електронні біржі, електронна система державних закупівель.

Презентації в комерційній діяльності підприємства. Суть і призначення презентації. Види презентації. Вимоги до проведення презентації. Технологія підготовки і проведення презентації.

Особливості збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Семінарське заняття

Практичне заняття

Розробка схем оптового обороту конкретного підприємства.

Підготовка презентації нового продукту підприємства-виробника.

7. Організація комерційних зв'язків з постачання і збуту

Комерційні зв'язки суб'єктів оптового ринку. Класифікація комерційних зв'язків: за характером і метою, структурою, кількістю посередників, рівнем регульованості, термінами дії, відомчою підпорядкованістю, формою укладання.

Організаційно-правове регулювання комерційних зв'язків. Суть і завдання регулювання. Державне регулювання комерційних зв'язків в Україні.

Етапи формування комерційних зв'язків: проведення ділових переговорів, укладання комерційного договору, виконання договору, оцінка економічної ефективності комерційних зв'язків. Особливості формування комерційних зв'язків сільськогосподарського підприємства.

Суть і функції господарського договору. Класифікація договорів за предметом, змістом, структурою господарських зв'язків, обов'язками сторін, організаційною формою укладання, термінами дії.

Договір поставки та його умови. Структура договору поставки товарів. Специфікація. Відвантажувальна рознарядка. Санкції за невиконання сторонами договору своїх зобов'язань.

Етапи укладання прямих договорів: збір і аналіз інформації про передбачуваного партнера, розробка проекту тексту договору, підписання тексту договору. Укладання договорів через електронний обмін даними.

Державне регулювання укладення господарського договору в Україні.

Практичне заняття

Оформлення договору поставки конкретного виду сільськогосподарської продукції. Розв'язання проблемних ситуацій, що виникають в процесі виконання договору поставки.

8. Формування асортименту товарів промислових підприємств

Поняття товарного асортименту та асортиментної політики. Ознаки групування товарів. Виробничий і торговий асортимент.

Формування асортименту товарів. Асортиментний перелік. Поняття широти, глибини, гармонійності і стійкості асортименту. Простий і складний асортимент.

Товарні запаси та управління ними: визначення оптимального розміру товарних запасів, оперативний облік запасів і контроль за їх станом, регулювання товарних запасів. Моделі оптимізації товарних запасів: статичні, динамічні, попереднього контролю, безперервного контролю, релаксаційні, з фіксованим розміром замовлення. Поняття про точку замовлення, страховий запас. Заходи регулювання товарних запасів.

Семінарське заняття

Практичне заняття

Розрахунок показників асортиментної політики.

Розв'язання проблемних ситуацій щодо регулювання асортименту товарів промислових підприємств.

9. Експортно-імпортні операції

Поняття міжнародної оптової торгівлі. Суб'єкти і об'єкти міжнародного оптового ринку.

Міжнародний оптовий оборот. Види міжнародних оптових операцій: експорт, реекспорт, імпорт, реімпорт; методи їх здійснення: операції купівлі-продажу товарів за

вільноконвертовану валюту, зустрічні компенсаційно-товарообмінні операції, торговельно-посередницькі операції, операції за участю елементів інфраструктури, операції з обміну послугами.

Система економіко-адміністративного регулювання міжнародної оптової торгівлі. Міжнародне та національне регулювання.

Поняття міжнародної комерційної угоди та зовнішньоторговельного контракту. Структура зовнішньоторговельного контракту. Поняття про Правила ІНКОТЕРМС, їх роль в регулюванні відносин між продавцями і покупцями на світовому ринку.

Організація підготовки і проведення оптових операцій із закордонними контрагентами: підготовчо-передконтрактна робота, переговорно-контрактна робота, організація виконання зовнішньоторговельного контракту.

Поняття про державну митницю та її функції.

Ліцензування та квотування експортно-імпортних операцій. Митний тариф та його види за масштабами дії, методами розрахунку, видами зовнішньоторговельних операцій. Митні збори. Організація митного забезпечення комерційних операцій. Реєстрація учасників зовнішньоекономічної діяльності. Організація взаємовідносин з митними органами. Порядок митного оформлення товарів і послуг. Організація митного контролю за переміщенням товарів.

Державне регулювання експортно-імпортних операцій в Україні.

Практичне заняття

Оформлення зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу.

Ознайомлення з документальним оформленням переміщення товарів через митний кордон.

10. Види оптових підприємств та організація їх складського господарства

Поняття оптового торговельного підприємства. Класифікація підприємств оптової торгівлі за функціональним рівнем, організаційно-правовою формою, формою власності і належністю, місцем і роллю в товаропросуванні, товарною спеціалізацією.

Функції оптових торговельних підприємств: основні, допоміжні, комерційні, виробничі.

Організація складського господарства оптового торговельного підприємства. Товарні склади та їх класифікація за місцем розташування, характером виконуваних операцій, товарною спеціалізацією, фізико-хімічними властивостями товарів, що зберігаються, організаційними формами.

Площа товарного складу та її елементи: площа приміщень для зберігання товарів, площа з приймання і відпуску товарів (експедиційна площа), адміністративно-допоміжна площа. Методика розрахунку потреби в складській площі.

Техніко-економічні показники використання складів: розмір вантажообігу, пропускна спроможність, коефіцієнт використання загальної площі, коефіцієнт використання об'єму складу, рівень механізації складських робіт тощо.

Практичне заняття

Розрахунок потреби в складській площі.

Розрахунок техніко-економічних показників використання складів.

11. Організація оптових закупівель та формування товарного асортименту підприємств оптової торгівлі

Суть та цілі оптових закупівель підприємств оптової торгівлі.

Етапи оптових закупівель: вивчення попиту споживачів, розробка оперативного плану оптових закупівель, обґрунтування вибору конкретного постачальника, прийняття рішення

щодо закупівлі та укладання договорів, організація виконання договорів та контроль за їх виконанням, оцінка економічної ефективності оптових закупівель.

Планування надходження товарів. Визначення потреби в оптових закупівлях. Складання плану оптових закупівель.

Формування товарного асортименту підприємств оптової торгівлі та чинники, що його визначають.

Семінарське заняття

12 Технологія складських операцій

Торговельно-технологічний процес складу та його елементи: власне складські операції, завантажувально-розвантажувальні операції, експедиційні операції.

Схема технологічного процесу загальнотоварного складу.

Функції та принципи торговельно-технологічного процесу.

Управління торговельно-технологічними процесами на складах: управління товарними запасами, управління асортиментом, управління зберіганням товарів, управління навантажувально-розвантажувальними і транспортними операціями. Поняття про складську логістику.

Організація оперативного обліку і контролю за рухом товарів на складах. Документальне оформлення складських операцій.

Практичне заняття

Розв'язання проблемних ситуацій в процесі приймання товарів за кількістю і якістю.

13. Організація оптового продажу товарів

Оптовий продаж як основна функція оптового торговельного підприємства. Відмінність оптового продажу торговельними підприємствами від оптового продажу виробничими підприємствами.

Види оптового обігу. Чинники, що визначають складський і транзитний оптовий обіг.

Організація продажу товарів зі складу. Методи оптового продажу: продаж з особистим відбиранням, продаж за телефонними замовленнями, метод стандартного постачання, активні методи продажу.

Організація транзитної поставки товарів. Види транзитного обігу: з участю оптового торговельного підприємства в розрахунках, без участі в розрахунках.

Особливості дрібнооптового продажу товарів. Дрібнооптовий продаж у магазинах-складах, на оптових ринках, дрібнооптова посилкова торгівля.

Стимулювання оптового продажу та його методи.

Семінарське заняття

14. Особливості та зміст комерційної діяльності

в роздрібній торгівлі

Поняття роздрібною торгівлі. Функції роздрібною торгівлі: задоволення потреб населення в товарах, організація доведення товарів до кінцевих споживачів, вплив на виробництво, удосконалення технології торгівлі та покращення обслуговування покупців.

Принципи розвитку роздрібною торгівлі: різноманітність форм торговельного обслуговування, різноманітність структурно-функціональних параметрів підприємств роздрібною торгівлі, орієнтація торгівлі на конкретну зону торговельного обслуговування.

Специфіка та особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі.

Напрямки комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Основні елементи комерційної діяльності: вивчення і прогнозування на перспективу попиту споживачів, формування оптимального асортименту, здійснення рекламно-інформаційної діяльності,

організація продажу товарів та обслуговування покупців, надання торгових послуг покупцям.

Чинники і умови розвитку комерційної діяльності в сфері роздрібної торгівлі в Україні. Державне регулювання роздрібної торгівлі: Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки та з питань інтеграції України; Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки України.

15. Роздрібна торговельна мережа

Поняття роздрібної торговельної мережі. Суб'єкти роздрібної торгівлі: організації, підприємства, одиниці (пункти продажу).

Принципи організації роздрібної торговельної мережі: доступність до споживачів, рівномірність зосередження, конкретність розташування, групування за асортиментом. Вимоги до організації роздрібної торговельної мережі: максимальне наближення до покупців, оптимальна забезпеченість споживачів мережею, дотримання раціональних типів і видів спеціалізації, забезпечення рентабельності роботи.

Види мережі роздрібних торговців: стаціонарна, посилюва, електронна, напівстаціонарна, пересувна, ринкова торгівля. Класифікація роздрібних торговців за ступенем сталості місцерозташування, принципами організаційної роботи, характером капітальності споруд.

Типи роздрібних торговців: гіпермаркет, універмаг, супермаркет, міні-маркет, торговельний центр, комісійний магазин, дискаунт, звичайні продовольчі магазини, звичайні непродовольчі магазини, лотки, палатки.

Спеціалізація роздрібних торговців за товарною ознакою та споживчими комплексами.

Поняття про торговельні мережі та роздрібні формати.

Семінарське заняття

16. Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі

Суть і зміст асортиментної політики в роздрібній торгівлі. Відмінність асортиментної політики в роздрібній торгівлі і у виробничій сфері.

Основні чинники, що впливають на формування торгового асортименту: загальні і специфічні.

Принципи формування торгового асортименту: забезпечення відповідності асортименту товарів характеру і особливостям попиту населення, визначення оптимальної широти і глибини асортименту з врахуванням характеристики торговельної одиниці, сталість асортименту, максимальне наближення до покупців товарів повсякденного попиту і простого асортименту, концентрація товарів складного асортименту у відносно невеликій кількості спеціалізованих торговельних одиниць, економічна ефективність роботи.

Етапи формування торгового асортименту: розподіл асортименту між підприємствами торгівлі регіону, установка групової структури торговельних одиниць, добір їх внутрігрупового асортименту.

Ознаки групування асортименту в торговельних одиницях: товарно-галузева, спільність споживчого призначення, частота попиту, складність асортименту.

Асортиментні переліки товарів: приблизні, типові, обов'язкові. Поняття стійкості асортименту. Роль комерційної служби в регулюванні і контролі асортименту товарів.

Практичне заняття

Контроль асортименту товарів у конкретному магазині.

17. Форми, методи та технологія роздрібно́го продажу товарів

Форми торговельного обслуговування покупців: магазинні; позамагазинні: продаж через дрібнороздрібну торговельну мережу, продаж на ярмарках, базарах, аукціонах, роздрібна посилкова торгівля. Особливі форми продажу: комісійна торгівля, продаж у кредит, аукціонна торгівля, продаж уцінених товарів, торгівля ношеним одягом (“секонд-хенд”).

Торговельно-технологічний процес у магазинах та його елементи: операції з товарами до запропонування їх покупцям, операції безпосереднього обслуговування покупців, додаткові операції з обслуговування покупців.

Методи продажу товарів і умови їх застосування. Особливості організаційно-комерційних і технологічних операцій при застосуванні продажу за допомогою прилавку обслуговування. Самообслуговування, принципи його організації та організація продажу.

Методи активізації продажу товарів: виставки-продажі, декади і місячники продажу і розпродажу, ярмарки і базари, аукціони.

18. Торговельне обладнання та інвентар

Значення, класифікація ваговимірювального обладнання, його маркування. Ваги ВНЦ, електронні, товарні, автомобільні, вагонні. Правила експлуатації та зважування на вагах. Призначення та класифікація гир.

Мірні ємкості, призначення та застосування.

Значення, класифікація та характеристика торговельно-холодильного обладнання. Правила експлуатації холодильного обладнання.

Машини для нарізання та подрібнення продуктів. Обладнання для фасування та пакування товарів.

Підйомно-транспортне обладнання: класифікація та характеристика основних видів.

Торгові меблі, інвентар: класифікація та характеристика.

Торгові автомати, їх значення, класифікація, характеристика основних видів. Види контрольно-касових апаратів, можливості їх застосування в роздрібній торгівлі.

Практичне заняття

Підготовка до роботи та зважування на вагах.

Підготовка до роботи ЕККА та розрахунки з покупцями.

Ознайомлення з торговими меблями, інвентарем та інструментарієм.

19. Ризики та ефективність комерційної діяльності

Суть і зміст комерційного ризику. Основні причини, що визначають комерційний ризик.

Класифікація комерційних ризиків: за приналежністю до країни функціонування суб'єкта господарської діяльності, за рівнем виникнення, за сферою походження, за причинами виникнення, за ступенем обґрунтованості, за ефективністю, за масштабами впливу, за можливістю прогнозування, за ступенем впливу.

Аналіз і оцінка комерційного ризику. Поняття зони ризику: зона без ризику, зона допустимого ризику, зона критичного ризику, зона катастрофічного ризику. Методи аналізу ступеня ризику: якісний аналіз, кількісний аналіз.

Способи зниження ступеня ризику: уникнення та попередження, розподіл ризику, страхування ризику, лімітування, диверсифікація, створення резервів і запасів, здобуття додаткової інформації.

Роль комерційної служби у виявленні, оцінці і зниженні ступеня ризиків.

Суть ефективності комерційної діяльності. Види ефективності комерційної діяльності: економічний та соціальний ефект, локальний та народногосподарський ефект.

Критерій ефективності комерційної діяльності.

Показники ефективності комерційної діяльності: інтегральний, узагальнюючі, специфічні (показники ефективності використання трудових, матеріальних, фінансових ресурсів).

Показники ефективності комерційної операції: коефіцієнт виконання комерційного договору, показник відхилення комерційного договору.

Особливості оцінки ефективності комерційної діяльності аграрних підприємств.

Шляхи підвищення ефективності комерційної діяльності підприємств сфери виробництва і торгівлі.

Практичне заняття

Розрахунок показників ефективності торгівлі.

20. Аналіз комерційної діяльності на підприємствах

Аналіз фінансової діяльності підприємств. Аналіз і оцінка використання прибутку. Формування і розподіл фінансових результатів діяльності підприємств. Аналіз ділової активності підприємства.

Напрями розвитку та шляхи удосконалення комерційної діяльності підприємств сфери виробництва і торгівлі.

Практичне заняття

Аналіз комерційної діяльності підприємства за показниками.

IV. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Рекомендована література і джерела

1. Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. Комерційна діяльність: навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2025. 334 с
2. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 3-тє видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури. 2020. 632 с.
3. Базилінська О. Я. Макроекономіка: навч. посіб. 2-ге вид., випр. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 442 с.
4. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ, ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
5. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
6. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.

Електронні ресурси

1. Комп'ютерна програма-симулятор ViAl+ реалістично моделює виробниче підприємство та ринкове середовище його діяльності. URL: <https://kint.com.ua/ua/biznes-trenazher-vial/>
2. Компанія інтелектуальних технологій. Кейси. Краща практика. URL: <http://www.management.com.ua/cases/>
3. Бізнес-кейси URL: <http://www.mbastrategy.ua/content/blogcategory/74/232>
4. Розумей С.Б., Голь А.О. Сутність та етапи комерційної діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2018. Випуск 14. С. 498–504. URL: <http://surl.li/fyska> (дата звернення: 07.03.2023).
5. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І., Шевченко А.О. Комерційна діяльність у системі бізнес-аналітичного забезпечення розвитку ринкової інфраструктури на основі здійснення оптової та роздрібної торгівлі. Агросвіт. 2020. № 16. С. 3–8. URL: <http://surl.li/bxvsg> (дата звернення: 10.03.2023).

