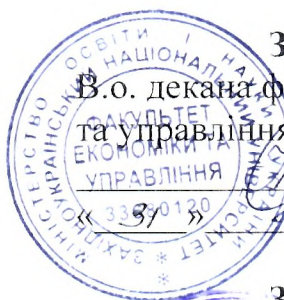


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ



ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. декана факультету економіки та управління

Андрій КОЦУР

« 31 » 08 2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. проректора з науково-педагогічної роботи

Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 31 » 08 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій

Святослав ПИТЕЛЬ

« 31 » 08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни «УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»

ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 07 Управління та адміністрування
спеціальність – 073 Менеджмент
освітньо-професійна програма «Менеджмент»

Кафедра менеджменту, публічного управління та персоналу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	РС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Екз. (сем.)
Денна	4	8	40	40	5	10	55	150	8
Заочна	4	8	8	4	-	-	138	150	8

30 08 2023
[Signature]

ТЕРНОПІЛЬ – 2023

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 073 Менеджмент галузі знань 07 Управління та адміністрування, затвердженої Вченою радою ТНЕУ, протокол №10 від 24.06.2020 р.

Робочу програму склала:

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу Світлана КРАМАРЧУК.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри
д-р екон. наук, професор

Михайло ШКІЛЬНЯК

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 073 Менеджмент, протокол № 1 від 31.08.2023 р.

Голова групи забезпечення спеціальності
д-р екон. наук, професор

Михайло ШКІЛЬНЯК

Гарант ОІП
канд. екон. наук, доцент

Жанна КРИСЬКО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»

1. Опис дисципліни «Управління комерційною діяльністю»

Дисципліна «Управління комерційною діяльністю»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування	Статус дисципліни: обов'язкова Мова навчання: українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність – 073 Менеджмент Освітньо-професійна програма «Менеджмент»	Рік підготовки: <i>Денна – 4</i> <i>Заочна – 4</i> Семестр: <i>Денна – 8</i> <i>Заочна – 8</i>
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції: <i>Денна – 40 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 40 год.</i> <i>Заочна – 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: <i>Денна – 55 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Тренінг, КПЗ: <i>Денна – 10 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 5</i>
Тижневих годин – 18,7, з них аудиторних – 10		Вид підсумкового контролю – екзамен

2. Мета і завдання дисципліни «Управління комерційною діяльністю»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Метою дисципліни «Управління комерційною діяльністю» є набуття майбутніми фахівцями глибоких знань з основ комерційної діяльності та форм і методів її організації, механізму функціонування, методів управління та регулювання, формування у них економічного мислення, навичок аналізувати реальні економічні процеси і приймати обґрунтовані рішення з приводу економічних проблем, пов'язаних з практичною діяльністю в сфері комерції.

2.2. Завдання вивчення дисципліни:

- пізнання основ комерційної діяльності як науки, її предмету, методів та функцій;
- формування у фахівців стратегічного мислення, використання сучасних інструментів і методів комерційної діяльності, здатності адаптувати їх до реальних умов;
- розкриття закономірностей суспільного відтворення, економічного зростання та циклічних коливань в економіці;
- обґрунтування сучасних процесів господарських зв'язків та шляхів вирішення проблем в області комерції;
- об'єктивна оцінка результатів комерційної діяльності та виявлення резервів її вдосконалення;
- уміння мінімізувати можливі комерційні ризики;
- ефективне управління комерційною діяльністю, що передбачає використання майбутніми фахівцями тактичних прийомів, адаптованих до ринкової ситуації.

2.3. Найменування компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

У процесі викладання навчальної дисципліни «Управління комерційною діяльністю» основна увага приділяється оволодінню студентами спеціальними компетентностями, а саме:

- здатність використовувати сучасні інструменти і методи управління комерційною діяльністю, адаптувати їх до змінюваних зовнішніх умов функціонування;
- здатність проводити об'єктивну оцінку результатів комерційної діяльності та виявляти резерви її вдосконалення, уміти мінімізувати потенційні комерційні ризики.

2.4. Передумови для вивчення дисципліни.

Передумовами для вивчення дисципліни є знання, отримані в результаті вивчення дисциплін: «Організація підприємницької діяльності», «Стратегічне управління», «Інноваційний менеджмент», «Аналітичне забезпечення управлінських рішень».

2.5. Результати навчання:

- використовувати сучасні методи обґрунтування і вибору раціональних комерційних рішень, застосовувати сучасні прийоми та технології в ході проведення окремих комерційних операцій;

– оцінювати економічні та соціальні умови здійснення комерційної діяльності, використовувати методи прийняття управлінських рішень задля мінімізації комерційних ризиків.

3. Програма навчальної дисципліни «Управління комерційною діяльністю»

Змістовий модуль 1. Концепція комерційної діяльності

Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності

Поняття, сутність та роль комерційної діяльності. Основні функції, принципи та структурні елементи комерційної діяльності. Чинники, які впливають на розвиток комерційної діяльності. Комерційні процеси та операції. Предмет і завдання дисципліни «Управління комерційною діяльністю». Методологічний арсенал дослідження процесів комерційної діяльності.

Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності

Суб'єкти комерційної діяльності та їх класифікація. Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Характерні ознаки підприємств. Комерційна діяльність виробничих підприємств. Середовище виробничих підприємств. Класифікація суб'єктів комерційної діяльності. Формування організаційної структури комерційних служб. Характеристика об'єктів комерційної діяльності. Класифікація товару як об'єкту комерційної діяльності. Послуга як об'єкт комерційної діяльності. Основні завдання і функції комерційно-посередницьких організацій. Функції та класифікація торговельних посередників. Переваги при використанні послуг посередників.

Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності.

Суть та характер господарських зв'язків у комерційній діяльності, чинники, що їх формують. Система, структура та класифікація господарських зв'язків у умовах ринку. Порядок регулювання господарських зв'язків. Основні види договорів, що використовуються в комерційній діяльності і способи їхнього укладання. Класифікація договорів. Прямі господарські зв'язки у сфері комерції. Базисні умови постачань. Основні форми розрахунків.

Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності

Поняття про товарний ринок. Класифікація та сегментація товарного ринку. Показники параметрів товарного ринку. Ринкова інфраструктура та її характеристики. Маркетингові дослідження ринку – початкова фаза комерційної діяльності. Структура звіту про комплексне дослідження ринку.

Змістовний модуль 2. Організаційні форми та ефективність комерційної діяльності

Тема 5. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності.

Сутність, роль та структура закупівельної роботи. Методи, способи та прийоми вивчення купівельного попиту. Види і класифікація попиту. Планування закупівель товарів. Етапи проведення планування закупівель товарів. Джерела постачання та постачальники товарів. Ознаки класифікації постачальників товарів. Критерії вибору постачальників товарів. Методи оцінки постачальників

товарів. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закупаються.

Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг

Класична структура процесу оптового продажу товарів. Формування оптового асортименту. Підприємства оптової торгівлі: функції та класифікація. Розробка умов та укладання договорів. Контроль продажу. Основні форми оптового продажу товарів. Основні методи складської форми продажу. Дрібнооптовий продаж товарів. Планування закупівель товарів. Етапи проведення планування закупівель. Формування товарного асортименту підприємств оптової торгівлі. Організація оптового продажу товарів та їх постачання в роздрібну торговельну мережу. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закупаються. Способи оптових закупівель товарів.

Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі

Комерційні служби роздрібних торговельних підприємств. Характеристика підприємств роздрібною торгівлі: основні завдання, види та функції. Торговельні мережі на ринку товарів та послуг. Поняття роздрібною торговельною мережі, принципи організації. Види мережі роздрібних торговців. Типи та спеціалізація роздрібних торговців. Класична структура процесу роздрібною продажу товарів. Операції підготовчого, забезпечуючого, роздрібною та заключного характеру. Характеристика основних методів роздрібною продажу товарів. Управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі.

Тема 8. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами.

Визначення товарного асортименту та номенклатури. Класифікація товарного асортименту. Комерційна діяльність з формування асортиментних моделей. Регулювання асортименту товарів у комерційній діяльності. Суть та зміст асортиментної політики. Сутність та методи управління товарними запасами. Управління та регулювання товарними запасами.

Тема 9. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств.

Поняття про ризики. Методи оцінки комерційних ризиків. Методи визначення міри ризику. Характеристика методів контролю за ризиками. Управління комерційними ризиками. Система показників та методика визначення ефективності комерційної діяльності. Види ефективності комерційної діяльності. Конкурентоспроможність комерційного підприємства та її складові. Методи оцінки конкурентоспроможності. Ринкові чинники впливу на ефективність комерційної діяльності підприємств.

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Управління комерційною діяльністю»

(денна форма навчання)

Назва теми	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг, КПЗ	Самостійна робота	Контрольні заходи
<i>Змістовий модуль 1. Концепція комерційної діяльності</i>						
Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності	4	4	2	5	6	Тести, питання, дискусійне обговорення проблем, реферати, ситуаційні завдання, ессе
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності	4	4			6	
Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності	4	4			6	
Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	6	6			6	
<i>Змістовий модуль 2. Організаційні форми та ефективність комерційної діяльності</i>						
Тема 5. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності	4	4	3	5	6	Тести, питання, реферати, ситуаційні завдання,
Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг	4	4			6	
Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі	4	4			6	
Тема 8. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами	4	4			6	
Тема 9. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	6	6			7	
Разом	40	40	5	10	55	

(заочна форма навчання)

Назва теми	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль 1. Концепція комерційної діяльності</i>			
Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності	1	1	15
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності	1		15
Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності	1	1	15
Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	1		15
<i>Змістовий модуль 2. Організаційні форми та ефективність комерційної діяльності</i>			
Тема 5. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності	1	1	15
Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг	1		15
Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі	1		15
Тема 8. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами	1	1	15
Тема 9. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств			18
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття № 1

Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності.

Мета: набуття знань з основ комерційної діяльності як науки, її предмету, методів та функцій.

Питання для обговорення:

1. Поняття, сутність та роль комерційної діяльності.
2. Основні функції, принципи та структурні елементи комерційної діяльності.
3. Чинники, які впливають на розвиток комерційної діяльності.
4. Комерційні процеси та операції.

Практичне заняття № 2

Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності.

Мета: набуття знань з основ комерційної діяльності як науки, її предмету, методів та функцій,

Питання для обговорення:

1. Предмет і завдання дисципліни «Управління комерційною діяльністю».
2. Методологічний арсенал дослідження процесів комерційної діяльності.

Практичне заняття № 3

Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності

Мета: набуття знань щодо суб'єктів комерційної діяльності, їх рольового навантаження.

Питання для обговорення:

1. Суб'єкти комерційної діяльності та їх класифікація.
2. Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності.
3. Характерні ознаки підприємств.
4. Комерційна діяльність виробничих підприємств.
5. Середовище виробничих підприємств.
6. Формування організаційної структури комерційних служб.

Практичне заняття № 4

Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності

Мета: набуття знань щодо об'єктів комерційної діяльності.

Питання для обговорення:

1. Характеристика об'єктів комерційної діяльності.
2. Класифікація товару як об'єкту комерційної діяльності.
3. Послуга як об'єкт комерційної діяльності.
4. Основні завдання і функції комерційно-посередницьких організацій.
5. Функції та класифікація торговельних посередників.
6. Переваги при використанні послуг посередників.

Практичне заняття № 5

Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності.

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо організації господарських зв'язків у комерційній діяльності.

Питання для обговорення:

1. Суть та характер господарських зв'язків у комерційній діяльності, чинники, що їх формують.
2. Система, структура та класифікація господарських зв'язків в умовах ринку.
3. Порядок регулювання господарських зв'язків.

Практичне заняття № 6

Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності.

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо організації господарських зв'язків у комерційній діяльності.

Питання для обговорення:

1. Основні види договорів, що використовуються в комерційній діяльності і способи їхнього укладання.
2. Класифікація договорів.
3. Прямі господарські зв'язки у сфері комерції.
4. Базисні умови постачань.
5. Основні форми розрахунків.

Практичне заняття № 7

Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо кількісних та якісних параметрів управління комерційною діяльністю на товарному ринку.

Питання для обговорення:

1. Поняття товарного ринку.
2. Класифікація товарного ринку.
3. Сегментація товарного ринку.
4. Показники параметрів товарного ринку.

Практичне заняття № 8

Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання щодо ринкової інфраструктури та розвинути практичні навички щодо аналізу функціонального навантаження ринкової інфраструктури та її вдосконалення.

Питання для обговорення:

1. Ринкова інфраструктура та її характеристики.
2. Функції ринкової інфраструктури: доведення товарів до безпосереднього споживача; забезпечення зворотного зв'язку між виробництвом і споживанням; перерозподіл ресурсів між різними галузями та всередині їх; акумуляція тимчасово вільних грошових та інших ресурсів, регулювання грошового обігу.

Практичне заняття № 9

Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо проведення маркетингових досліджень на товарному ринку.

Питання для обговорення:

1. Маркетингові дослідження ринку – початкова фаза комерційної діяльності.
2. Структура звіту про комплексне дослідження ринку.

Практичне заняття № 10

Тема 5. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності.

Мета: набуття знань щодо вивчення та прогнозування купівельного попиту з метою підвищення економічної обґрунтованості заявок і замовлень, економічного обґрунтування потреби в товарах.

Питання для обговорення:

1. Сутність, роль та структура закупівельної роботи.

2. Методи, способи та прийоми вивчення купівельного попиту. Види і класифікація попиту.
3. Планування закупівель товарів.
4. Етапи проведення планування закупівель товарів.

Практичне заняття № 11

Тема 5. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності.

Мета: набуття знань щодо постачальників товарів та формування умінь щодо вибору постачальників, опираючись на відповідні критерії і методи

Питання для обговорення:

1. Джерела постачання та постачальники товарів.
2. Ознаки класифікації постачальників товарів.
3. Критерії вибору постачальників товарів.
4. Методи оцінки постачальників товарів.
5. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.

Практичне заняття № 12

Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг

Мета: отримання знань щодо особливостей реалізації комерційної діяльності на оптовому ринку товарів та послуг і набуття практичних навичок щодо управління такою діяльністю.

Питання для обговорення:

1. Класична структура процесу оптового продажу товарів.
2. Формування оптового асортименту.
3. Підприємства оптової торгівлі: функції та класифікація.
4. Розробка умов та укладання договорів.
5. Контроль продажу.

Практичне заняття № 13

Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг

Мета: набуття практичних навичок формування асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі і керування товарними запасами.

1. Основні форми оптового продажу товарів.
2. Основні методи складської форми продажу.
3. Дрібнооптовий продаж товарів.
4. Формування товарного асортименту підприємств оптової торгівлі.
5. Організація оптового продажу товарів та їх постачання в роздрібну торговельну мережу.
6. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.

Практичне заняття № 14

Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо організації та управління комерційною діяльністю у роздрібній

торгівлі.

Питання для обговорення:

1. Комерційні служби роздрібних торговельних підприємств.
2. Характеристика підприємств роздрібною торгівлі: основні завдання, види та функції.
3. Торговельні мережі на ринку товарів та послуг.
4. Поняття роздрібною торговельною мережі, принципи організації.
5. Види мережі роздрібних торговців.

Практичне заняття № 15

Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо організації та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі та використовуваних для цього методів.

Питання для обговорення:

1. Типи та спеціалізація роздрібних торговців.
2. Класична структура процесу роздрібною продажу товарів.
3. Операції підготовчого, забезпечуючого, роздрібною та заключного характеру.
4. Характеристика основних методів роздрібною продажу товарів.
5. Управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі.

Практичне заняття № 16

Тема 8. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами.

Мета: розвинути у студентів практичні навички щодо формування асортиментних моделей.

Питання для обговорення:

1. Визначення товарного асортименту та номенклатури. Класифікація товарного асортименту.
2. Комерційна діяльність з формування асортиментних моделей. Регулювання асортименту товарів у комерційній діяльності.
3. Суть та зміст асортиментної політики.

Практичне заняття № 17

Тема 8. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами.

Мета: розвинути у студентів практичні навички щодо використання методів управління товарними запасами.

Питання для обговорення:

1. Сутність та методи управління товарними запасами.
2. Управління та регулювання товарними запасами.

Практичне заняття № 18

Тема 9. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств.

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо управління комерційними ризиками.

Питання для обговорення:

1. Поняття ризиків у комерційній діяльності.
2. Методи оцінки комерційних ризиків.
3. Методи визначення міри ризику.
4. Характеристика методів контролю за ризиками.

Практичне заняття № 19

Тема 9. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств.

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо управління комерційними ризиками та оцінювання ефективності комерційної діяльності.

Питання для обговорення:

1. Управління комерційними ризиками.
2. Система показників та методика визначення ефективності комерційної діяльності.
3. Види ефективності комерційної діяльності.

Практичне заняття № 20

Тема 9. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств.

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо управління конкурентоспроможністю комерційного підприємства.

Питання для обговорення:

1. Конкурентоспроможність комерційного підприємства та її складові.
2. Методи оцінки конкурентоспроможності.
3. Ринкові чинники впливу на ефективність комерційної діяльності підприємств та їх конкурентоспроможність.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання з дисципліни «Управління комерційною діяльністю» (КПЗ)

КПЗ виконують і захищають відповідно до навчального плану студенти денної форми навчання.

Комплексне практичне індивідуальне завдання виступає формою допуску до здачі екзамену.

Комплексне практичне індивідуальне завдання з дисципліни «Управління комерційною діяльністю» – самостійне дослідження з елементами наукового пошуку, при виконанні якого студент повинен опиратися на знання, одержані при вивченні дисципліни, а також попередніх фундаментальних дисциплін.

Метою виконання КПЗ є: набуття майбутніми фахівцями глибоких знань з основ комерційної діяльності та формування у них економічного мислення, адекватного ринковим відносинам, формування навичок аналізувати реальні економічні процеси і приймати обґрунтовані рішення з приводу економічних проблем, пов'язаних з практичною діяльністю в області комерції.

Необхідно вирішити низку управлінських завдань для забезпечення належного функціонування підприємства.

Завдання:

- I. Визначити ефективність комерційної діяльності обраного підприємства.
- II. Провести оцінювання товарного асортименту обраного підприємства, визначивши його ширину, глибину і структуру.
- III. Визначити цінову політику (стратегію) підприємства.
- IV. Оцінити ефективність використання оборотних засобів і рентабельності підприємства, зокрема, показники, що характеризують: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продукції та рентабельність продажу.
- V. Скласти проект доповідної записки для обговорення на нараді щодо ефективності комерційної роботи підприємства задля її вдосконалення.

У структурі асортименту продукції пивзаводу «левову» частку (79 %) займають три сорти пива: «Микулин світле», «Медове» та «Микулин 900».

Пивзавод активно намагається задовольняти індивідуальні потреби найвибагливіших споживачів шляхом постійного оновлення асортименту продукції. Зокрема, підприємство почало спеціалізуватися на ексклюзивній продукції і, в зв'язку з цим, запустило у виробництво нові сорти пива – «Тернове

поле», «Елітне», «Вища проба», ліцензійне королівське баварське пиво KALTENBERG SPEZIAL та ліцензійне чеське пиво KORUNA CESKA.

Підприємство продає товар за високими цінами, розраховує на сегменти ринку з низькою еластичністю попиту, які особливу увагу звертають на якість товару. Пивзавод встановлює різні ціни в залежності від регіонів збуту продукції.

Зокрема, в межах Тернопільської області ціна нижча, ніж за її межами, що пояснюється нижчими транспортними витратами, адже по Західній Україні продукція пивзаводу доставляється власним автомобільним транспортом. Це, відповідно, впливає на собівартість пива, полегшує процес його придбання та приваблює покупця.

Пивзавод при розповсюдженні своєї продукції за допомогою дилерської мережі встановлює договірні ціни збуту. Підприємство практикує три категорії цін і надає відповідні знижки дилерам в залежності від обсягу реалізованої продукції. Так, при постійному виконанні плану і досягненні певного обсягу продажів їм надаються знижки на товар і вони, відповідно, переходить в категорію нижчих цін, що стимулює посередників до подальшої співпраці.

У встановленні ціни підприємство майже не бере до уваги ведення цінової політики конкурентів, оскільки робиться ставка на якість, а якість, як відомо, має свою визначену ціну.

Комерційна діяльність чітко орієнтована на отримання прибутку суб'єктами господарювання, а також досягнення максимальної вигоди для кінцевих споживачів. Це є найголовнішим мотивом зацікавленості в сучасних підприємствах та результатах їх комерційної діяльності.

1. Ефективність комерційної діяльності підприємства

Визначення ефективності комерційної діяльності підприємства полягає в оцінюванні його результатів, які відображають мету комерційної діяльності, її доходність і є вирішальними для нього.

Основним об'єктом аналізу фінансових результатів комерційної діяльності підприємства є прибуток. Аналіз динаміки показників прибутку підприємства впродовж трьох років здійснити у табл. 1 і зробити відповідні висновки.

Таблиця 1

Трендовий аналіз показників прибутку підприємства, тис. грн

Період	Валовий прибуток		Операційний прибуток		Чистий прибуток	
	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення
2018						
2019						
2020						

2. Оцінювання товарного асортименту підприємства

Як відомо, ефективність комерційної діяльності вимірюється ступенем досягнення визначених цілей та завдань.

До основних показників, що відображають економічний ефект від комерційної діяльності, належать: обсяг реалізованої продукції, рентабельність асортименту та рентабельність цінової політики підприємства.

Важливим показником оцінювання ефективності комерційної роботи пивзаводу є показник рентабельності асортименту. Під рентабельним асортиментом розуміють такий асортиментний набір, який у своїй сукупності забезпечує одержання господарюючим суб'єктом запланованого розміру прибутку.

Студентам необхідно дослідити стан товарного асортименту пивзаводу за допомогою таких показників:

- ширина асортименту – це кількість груп і підгруп товарів, включених в торговий асортимент;
- глибина асортименту – це кількість видів і різновидів (найменувань) товарів усередині груп і підгруп в асортименті підприємства;
- структура асортименту – це співвідношення груп, підгруп, видів і різновидів товарів в асортименті.
- оновлюваність асортименту визначається як поповнення асортименту новими різновидами товарів відповідно до асортиментної політики підприємства.

Обрахувати та оцінити структуру асортименту продукції підприємства, розрахунки занести в табл. 2.

Таблиця 2

Структура асортименту продукції підприємства

	Продажі
Медове	
Микулин 900	
Пшеничне	
Троян	
Дністер	
Микулин світле	
Інші	

3. Цінова політика (стратегія) підприємства

Як відомо, ефективність комерційної діяльності залежить від реалізованої підприємством цінової політики. Студенти повинні визначити і описати цінову стратегію, яку використовує підприємство. Крім того, необхідно проаналізувати мережу розповсюдження продукції і оцінити цінову політику (визначити категорії цін, виявити відповідні знижки).

4. Ефективність використання оборотних засобів і рентабельність підприємства

У системі показників ефективності комерційної діяльності підприємства виокремлюють такі групи показників:

- ефективності використання оборотних засобів;
- рентабельності підприємства.

Ефективність використання оборотних засобів підприємства має важливе значення, оскільки здійснює значний вплив на загальну ефективність комерційної діяльності.

Для характеристики ефективності використання оборотних коштів використовується коефіцієнт оборотності, який визначається за формулою 1:

$$K_{об} = \frac{B_p}{O_k}, \quad (1)$$

де B_p – вартість реалізованої продукції, грн.; O_k – середній залишок оборотних коштів, грн.

Даний показник характеризує кількість оборотів оборотних коштів за звітний період. Чим більше оборотів здійснюють оборотні кошти, тим краще вони використовуються.

Показником, оберненим коефіцієнту оборотності, є коефіцієнт завантаження оборотних коштів (K_z), який показує, скільки оборотних коштів припадає на одну гривню реалізованої продукції за певний період. Величина цього показника обчислюється за формулою 2:

$$K_z = \frac{O_k}{B_p}, \quad (2)$$

Тривалість одного обороту ($T_{об}$) оборотних коштів визначається за формулою 3:

$$T_{об} = \frac{D}{K_{об}}, \quad (3)$$

де D – дні періоду.

Цей показник обчислюється у днях і характеризується періодом, за який оборотні кошти підприємства здійснюють один оборот.

Рентабельність оборотних коштів ($P_{ок}$) представляє собою відношення прибутку від реалізації продукції до середніх залишків оборотних коштів (формула 4):

$$P_{ок} = \frac{\Pi_p}{OK}, \quad (4)$$

де Π_p – прибуток від реалізації продукції, грн.

Даний показник характеризує, скільки прибутку припадає на 1 грн. оборотних коштів. Чим він більший, тим ефективніше використовуються оборотні кошти.

Студенти повинні виконати оцінювання ефективності використання оборотних засобів підприємства, результати представити у табл. 3 та зробити відповідні висновки.

Таблиця 3

Оцінювання показників ефективності використання оборотних засобів

Показники	Фактичні		Відхилення
	2019	2020	
1. Коефіцієнт оборотності, к-сть			
2. Коефіцієнт завантаження, грн.			
3. Тривалість обороту, дні			
4. Рентабельність оборотних коштів, %			

Крім того, студентам необхідно розрахувати показники, що характеризують рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продукції та рентабельність продажу, які використовуються для оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємства.

Розрахунки необхідно подати у табличній формі (табл. 4) і зробити відповідні висновки.

Таблиця 4

Аналіз рентабельності пивзаводу

Показники	Алгоритм визначення	2019	2020	Абсолютна зміна
1. Рентабельність активів				
2. Рентабельність власного капіталу				
3. Загальна рентабельність продукції				
4. Чиста рентабельність продукції				
5. Рентабельність продажу продукції				
6. Рентабельність діяльності				

5. Ефективність комерційної роботи підприємства задля її вдосконалення
Загальна методологія визначення економічної ефективності полягає у відношенні результату виробництва до затрачених ресурсів (витрат), тобто одержаного економічного ефекту до витрат на його досягнення. В загальному вигляді ефективність діяльності підприємства можна визначити за формулою 5:

$$E = \frac{E_{\phi}}{B} \times 100\%, \quad (5)$$

де E – ефективність діяльності підприємства;

E_{ϕ} – ефект, отриманий від діяльності підприємства за певний період часу (чистий прибуток), тис. грн; B – витрати обігу за той самий період часу, тис. грн.

Умовою зростання ефективності пивзаводу є перевищення темпів зростання ефекту (чистого прибутку) над темпами зростання витрат обігу.

Поряд з економічним зиском ефект комерції може означати і соціальну доцільність. Роль соціального ефекту в підприємницькому середовищі зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць, рівня зайнятості людей, впровадження сучасних методів продажу товарів.

Студенти повинні виконати оцінювання соціального ефекту.

Зазначимо, що у кінцевому підсумку, здійснення будь-яких комерційних операцій має призвести до отримання підприємством позитивного фінансового результату.

7. Самостійна робота студентів

Тема та зміст самостійної роботи	Форма представлення
<p>Опрацювання лекційного матеріалу, законодавчих та нормативних актів, навчальної літератури, спеціальних джерел інформації.</p> <p>Підготовка есе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Послуга як об'єкт комерційної діяльності. 2. Комерційна діяльність виробничих підприємств. 3. Середовище виробничих підприємств. 4. Формування організаційної структури комерційних служб. 5. Класична структура процесу оптового продажу товарів. 6. Формування оптового асортименту. 7. Підприємства оптової торгівлі: функції та класифікація. 8. Розробка умов та укладання договорів. 	<p>Підготовка есе з проблемних питань</p>

8. Тренінг з дисципліни

Тематика тренінгу

1. Визначити ефективність комерційної діяльності підприємства.
2. Провести оцінювання товарного асортименту підприємства, визначивши його ширину, глибину і структуру.
3. Визначити вектори проведення цінової політики (стратегію) підприємства.
4. Оцінити ефективність використання оборотних засобів і рентабельності підприємства.

Організація і проведення тренінгу

Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового заняття. Можлива наявність роздаткового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

Практична частина реалізовується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.

Підведення підсумків. Обговорюється результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносилися на тренінгові заняття.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Управління комерційною діяльністю» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування;
- тестування;
- модульне тестування та опитування;
- реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- письмова робота;
- екзамен.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Для виконання усіх видів завдань студентами і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів проводиться в установленому порядку.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час проведення контрольних заходів заборонені. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами, йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Управління комерційною діяльністю» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4
20 %	20 %	20 %	40 %
1. Опитування (тестування) під час заняття (Тема 1-4 по 10 балів) = 40 балів 2. Письмова робота = 60 балів.	1. Опитування (тестування) під час занять (Тема 5-9 по 5 балів) = 25 балів 2. Письмова (контрольна) робота = 75 балів.	1. Активна участь у тренінгу = 20 балів. 2. Написання КПЗ, на основі сформованих індивідуальних завдань = 50 балів. 3. Захист КПЗ = 30 балів.	1. Відповідь на два запитання, кожне з яких = 20 балів, а у підсумку = 40 балів 2. Практичне завдання = 60 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійне забезпечення викладання лекцій (проектор; <i>on-line</i> платформи: <i>ZOOM; Google Meet</i>)	1-9
2	Система дистанційного навчання ЗУНУ <i>moodle.wunu.edu.ua</i>	1-9
3	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: <i>MS Office</i>	1-9
4	Телекомунікаційне програмне забезпечення (<i>Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox</i>)	1-9

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Апопій В. В. Ринки в системі внутрішньої торгівлі України: монографія. Львів: Вид-во ЛКА, 2012. 416 с.
2. Архітектоніка управління збалансованим розвитком національної економіки / кол. монографія за ред. Желюк Т.Л. Тернопіль: Крок, 2017. 337 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/38544>
3. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник. Х.: Світ Книг, 2015. 452 с.
4. Балабан П. Ю. Організація торгівлі : навчальний посібник. Полтава : ПУЕТ, 2014. 214 с.
5. Богач Ю.А., Кривокульська Н.М., Скочиляс С.М. Інформаційно-аналітичне забезпечення як організаційний ресурс для прийняття управлінських рішень. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. № 5. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua>
6. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
7. Екологічний франчайзинг і екологічний аутсорсинг як інноваційні інструменти ведення бізнесу / Н.М.Кривокульська, Ю.А.Богач. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. №17. URL: [http:// global.national.in.ua/issue-17-2017](http://global.national.in.ua/issue-17-2017).
8. Іщейкін Т. Є., Олійник А. С., Козін О. О., Фурман А. С., Гринь А. І. Управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 141–146. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.2.141
9. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. 108 с.
10. Козловський В. О. Виробниче та комерційне підприємництво: навчальний посібник. / В. О. Козловський, О.Й. Лесько. Вінниця: ВНТУ, 2018. 154 с.

11. Козловський В. О. Основи підприємництва: навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I / В. О. Козловський [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] Вінниця: ВНТУ, 2017. 119 с.
12. Козловський В. О. Основи підприємництва: навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II / В. О. Козловський [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] Вінниця: ВНТУ, 2017. 116 с.
13. Комерційна діяльність : підручник / за ред. П. Ю. Балабана. Харків:Світ книг, 2018. 452 с.
14. Крамарчук С. П., Крисько Ж. Л. Аспекти управління асортиментною політикою підприємства на сучасному етапі. Цифрова економіка та економічна безпека. 2022. Вип. 2 (02). С.191-195. URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/issue/view/4>
15. Кривокульська, Н., Богач, Ю., & Крисько, Ж. (2022). Стратегічне і екологічне управління як сучасні тренди управління комерційною діяльністю. Економіката суспільство, (41). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-45>
16. Причепа І., Лесько О., & Горенко Р. (2022). До питання комерційної діяльності: поняття, фактори впливу, особливості управління за сучасних умов. Економіка та суспільство, (35). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-39>
17. Сабадаш В.В. Поведінкова економіка: від теорії до практики: навчальний посібник / В.В. Сабадаш, У.І. Моторнюк, О.З. Микитин та ін. Трускавець: Посвіт, 2022. 408 с.
18. Янчева Л.М., Лисак Г.Г., О.А. Круглова. Теоретико-методичні аспекти управління комерційною діяльністю: монографія. Х.: Вид-во В.С. Іванченко 2016. 210 с.
19. Directive (eu) 2016/943 of the European Parliament and of the Council of 08.06/2016 on the protection of undisclosed know-how and business information (trade secrets) against their unlawful acquisition, use and disclosure. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016L0943>
20. Effective partnerships. Devex. Business transforming development. Mode of access: World Wide Web. URL: <https://www.devex.com/news/5-keys-to-effective-partnerships-79643>
21. How to Structure a Partnership. Mode of access: World Wide Web. URL: <http://www.inc.com/guides/structuring-partnerships.html>
22. IMF. Ukraine: Technical assistance report - Public Financial Management Overview, February 2016. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2016/12/31/Ukraine-Technical-Assistance-Report-Public-Financial-Management-Overview-4366>