

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-39>

УДК 339.1.01

ДО ПИТАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПОНЯТТЯ, ФАКТОРИ ВПЛИВУ, ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

ON THE ISSUE OF COMMERCIAL ACTIVITY: CONCEPTS, FACTORS OF INFLUENCE, FEATURES OF MANAGEMENT UNDER MODERN CONDITIONS

Причепя Ірина Валеріївна

кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0805-2732>

Лесько Олександр Йосипович

кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0120-4123>

Горенко Роман Васильович

студент,
Вінницький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5582-024X>

Prychepa Iryna, Lesko Oleksandr, Horenko Roman
Vinnitsa National Technical University

Стаття присвячена дослідженню сутності та змісту поняття комерційної діяльності, виявленню специфічних характеристик та особливостей управління комерційною діяльністю за сучасних умов. В розрізі дослідження охарактеризовано у їх тісному взаємозв'язку та розмежовано поняття «бізнес», «підприємництво», «комерція», «маркетинг», «збут». Досліджено співвідношення між поняттями комерційної діяльності та торгівлі. Проаналізовано підходи науковців до трактування поняття комерційної діяльності, уточнено його сутність та зміст з виокремленням специфічних характеристик. Охарактеризовано найбільш значимі фактори впливу на ефективність організації та реалізації комерційної діяльності на сучасному етапі економічного розвитку. Охарактеризовано особливості управління комерційною діяльністю. Окреслено принципи ефективного управління комерційною діяльністю за сучасних умов господарювання.

Ключові слова: комерція, комерційна діяльність, торгівля, підприємництво, комерційне підприємництво, маркетинг, збут, управління комерційною діяльністю.

Статья посвящена исследованию понятия коммерческой деятельности, выявлению ее специфических характеристик и особенностей управления в современных условиях. Охарактеризованы понятия «бизнес», «предпринимательство», «коммерция», «маркетинг», «сбыт» в их тесной взаимосвязи и соответствующим разграничением между ними. Исследованы соотношения между понятиями коммерческой деятельности и торговли. Проанализированы подходы ученых к трактовке понятия коммерческой деятельности, уточнены его сущность и содержание с выделением специфических характеристик. Определены значимые факторы влияния на эффективность организации и реализации коммерческой деятельности в современных условиях хозяйствования. Охарактеризованы особенности управления коммерческой деятельностью. Обозначены принципы эффективного управления коммерческой деятельностью в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: коммерция, коммерческая деятельность, торговля, предпринимательство, коммерческое предпринимательство, маркетинг, сбыт, управление коммерческой деятельностью.

The article is devoted to the study of the concept of commercial activity, identification of its specific characteristics and features of management in modern conditions. The concepts of business, entrepreneurship, commerce, marketing, sales in their close relationship are described. The relationship between the concepts of commercial

activity and trade is studied, it was found that commerce is a much broader concept, characterizing the expanded sphere of activity of enterprises, which is focused on the organization of processes of purchase and sale of goods and services. The approaches of scientists to the interpretation of the concept of commercial activity are analyzed: some scientists generally characterize commercial activity as an operational and organizational activity (system of measures, processes), others emphasize the close connection with commodity-money exchange. It is determined that almost all researchers agree that commercial activities involve the implementation of processes and operations in the field of trade, considering the needs of consumers. The essence and content of the concept of commercial activity are specified with the separation of its specific characteristics. Commercial activity is characterized as a set of processes of organization and management of commercial relations, providing different stages of commodity-money exchange, to meet public demand, as well as to ensure the effectiveness of such exchange. Significant factors influencing the effectiveness of the organization and implementation of commercial activities in modern economic conditions: the formation of post-industrial society, active implementation of digital innovations in business, global market processes, as well as integration processes in trade, coronavirus crisis. Features of business management under modern business conditions are described. The principles of effective management of commercial activities in the direction of targeting and ensuring the flexibility of commercial activities, continuous monitoring of commercial risks, initiative in decision-making, active use of marketing tools to achieve business goals are outlined.

Keywords: commerce, commercial activity, trade, entrepreneurship, commercial entrepreneurship, marketing, business management.

Постановка проблеми. Сучасна економічна система України характеризується значною активізацією комерційної діяльності господарюючих суб'єктів, що стало об'єктивним наслідком посиленого розвитку конкурентного середовища на національному та глобальному рівнях.

Комерційна діяльність як домінуючий фактор реалізації комерційних відносин здійснює значимий вплив на стан і тенденції розвитку економічних процесів в країні та світі, стимулюючи діяльність суб'єктів господарювання та активізуючи товарно-грошовий обмін; забезпечуючи збалансованість ринку, виробничої та суміжних сфер зокрема; сприяючи поповненню бюджетів різних рівнів, стимулюючи розвиток та зміцнення національної фінансової системи країн в цілому тощо.

Об'єктивно комерційна діяльність є досить значимим поняттям за умов ринкової економіки, водночас, будучи складним та неоднозначним за своєю сутністю та змістом, потребує поглибленого вивчення та уточнення дискусійних моментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності та змісту поняття комерційної діяльності активно займаються такі науковці, як Апопій В. В., Балабанова Л. В., Багрова І. В., Власюк В. Є., Германчук А. М., Гетьман О. О., Гонський М. Д., Дахно І. І., Крисько Ж., Марченко І. С., Ортинська О. Л., Осипова Л. В., Саблук О., Синяєва І. М., Череп А. В. та ін.

Значний здобуток в розробку теоретико-методологічних питань організації та управління комерційною діяльністю сучасних підприємств зробили вітчизняні та зарубіжні науковці: В. А. Абчук, Л. Л. Авдєєнко,

В. В. Апопій, Л. В. Балабанова, І. К. Беляєвський, С. Н. Виногорова, А. М. Виноградська, Л. П. Дашков, Я. І. Гандштак, В. Я. Кардаш, Ф. Котлер, Л. В. Осипова, Ф. П. Половцева, Т. К. Сєрьогіна, І. М. Синяєва та ін.

Значний внесок у вивчення особливостей комерційної діяльності зробили Аванесов Ю. А., Баканов М. І., Бланк І. А., Давидова Г. А., Дахно І. І., Кісельова Є. Н., Панкратов Ф. Г. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас, не зважаючи на значну увагу науковців до вивчення поняття комерційної діяльності, і досі досить неоднозначними є підходи до розуміння його сутності та змісту, що посилюється суперечливістю трактування та співвідношення з поняттями бізнесу, підприємництва, маркетингу, збуту, торгівлі. Це водночас обмежує можливості для виявлення специфіки комерційної діяльності та її структури, що доцільно враховувати при розробці ефективної системи управління нею.

Важливим завданням також є виокремлення та аналізування основних факторів впливу на організацію та реалізацію комерційної діяльності на сучасному етапі економічного розвитку, що дозволить вишукувати можливості для її удосконалення в перспективі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є уточнення сутності та змісту поняття комерційної діяльності з виокремленням специфічних її характеристик; окреслення значимих факторів впливу на ефективність організації та реалізації комерційної діяльності, а також особливостей управління нею за сучасних умов господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна економіка характеризується

використанням таких понять як «бізнес», «підприємництво», «комерція», «маркетинг», «збут», «торгівля» у їх тісному взаємозв'язку, часто підміняючи ці поняття один одним, що посилює суперечливість розуміння їх сутності та змісту.

Бізнес походить від англ. *business*, що безпосередньо перекладається як справа, антрепренерство, підприємництво. Водночас бізнес є ширшим поняттям, ніж підприємництво, охоплюючи усі відносини, що виникають між учасниками ринкової економіки, враховуючи дії не тільки підприємців, але й інших учасників ринку: споживачів, найманих працівників, органів державного управління тощо.

Підприємництво є самостійною, ініціативною, здійснюваною на свій ризик, під свою майнову відповідальність діяльністю фізичних і юридичних осіб, що спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, надання послуг, виконання робіт; орієнтуючись на підвищення іміджу, статусу підприємця тощо.

Маркетинг в широкому розумінні характеризується як певна філософія, як ринкова концепція підприємництва, пропонуючи методи, прийоми та інструменти для досягнення поставлених цілей. Маркетинг та комерційна діяльність тісно взаємопов'язані, оскільки використовують однакові методи та інструменти, а також мають однакові цілі: отримання прибутку засобами задоволення суспільного попиту.

Тісний зв'язок комерції та маркетингу є наслідком формування особливостей сучасної концепції маркетингу, яка зорієнтована на споживчі потреби, їх ідентифікацію; об'єктивне оцінювання конкурентних позицій на ринку; виважений вибір ринкової ніші, сегменту ринку, сфери господарської діяльності тощо. Гнучкість в комерції також вимагає своєчасного виявлення суспільних вимог, що передбачає вивчення та прогнозування ринків, впровадження в комерційній діяльності інноваційних рішень, орієнтуючись на перспективні сфери в комерції тощо.

Звичайно, ототожнювати поняття маркетингу та комерції не доцільно, оскільки маркетинг спрямовує усі свої інструменти та засоби на формування попиту, спонукання до купівлі. Комерційна ж діяльність виконує обслуговуючу функцію процесів купівлі-продажу засобами комерційних операцій, які є самостійними і маркетингом не охоплюються.

Відповідно маркетинг та комерційна діяльність взаємодоповнюють один одного, дозво-

ляючи в комплексі досягти мети та визначеного ефекту.

Варто також розмежувати і комерційну діяльність від поняття збуту, що хоч і є однією з найважливіших функцій маркетингу, проте характеризує процеси фізичного товароруку (розподілу) готової продукції, тоді як комерційна діяльність спрямована на задоволення суспільних потреб для досягнення цілей підприємства в ринкових умовах господарювання.

Розуміння сутності та змісту поняття комерційної діяльності в сучасній економічній науці залишається досить неоднозначним: частина дослідників ототожнюють поняття комерційної та підприємницької діяльності, інша – наголошує на суттєвих відмінностях вищевказаних понять. Виникає обґрунтована необхідність визначитись із трактуванням поняття комерційної діяльності та особливостями її здійснення за сучасних умов господарювання.

Комерція як вид людської діяльності часто ототожнюється з торгівлею. Пояснюється таке розуміння сутності поняття його походженням від латинського «*commercium*», що безпосередньо перекладається як «торгівля». Відповідно поняття торгівлі може характеризуватись як самостійний напрямок економіки – будь-яка господарська діяльність, метою якої є отримання прибутку; або ж – як торговельні процеси щодо купівлі-продажу товарів і послуг та отримання прибутку.

Зрозуміло, що усі товари є об'єктами купівлі-продажу на ринку, проте комерція не обмежується лише торговельними операціями, все тісніше інтегруючись за сучасних умов з виробничою діяльністю, проникаючи в сфери надання послуг, обігу валют і цінних паперів, трансферу технологій та інтелектуальної власності, прийняття макрологістичних рішень тощо.

Варто зауважити, що в першочерговому тлумаченні поняття комерції дійсно характеризувало торговельну діяльність як оптову та роздрібну торгівлю різними благами. Так, тлумачний словник (1861 р.) трактує поняття комерції як «торг, торговельні обороти, купецькі помисли» [1].

З поглибленням процесів поділу праці, спеціалізації та кооперації комерція почала набувати ознак самостійного напрямку бізнес-відносин з різними формами та видами діяльності, охоплюючи значну частину оперативно-організаційної діяльності господарюючих суб'єктів.

Варто зауважити, що порівняно з торгівлею комерція є значно ширшим поняттям, характе-

ризує розширену сферу діяльності підприємств, яка зорієнтована на організацію процесів купівлі-продажу товарів та послуг. Торгівля завжди ґрунтується на засадах комерції, проте не всі види комерційної діяльності зводяться лише до торгівельних операцій.

Узагальнивши, можна вказати, що комерція є професійним видом діяльності, основним завданням якої є отримання максимального прибутку в короткі терміни.

Поняття комерційної діяльності було сформульовано в 1958 році представниками Гарвардської школи бізнесу як гармонійне поєднання отримання прибутку підприємством і задоволення вимог споживачів, визначаючи основним завданням такої діяльності – отримання прибутку задля задоволення споживчих потреб [2]. Такий підхід відображає логічний взаємозв'язок процесів купівлі-продажу товарів і послуг, орієнтуючись на купівельний попит, задля отримання бажаного прибутку.

В Україні поняття комерційної діяльності почали активно використовувати паралельно із розвитком ринкових відносин, в яких активізуються усі комерційні бізнес-процеси, а також відносини щодо обміну різних благ.

Комерційна діяльність є одним із обов'язкових атрибутів ринку, формуючись та розвиваючись за його загальними принципами. Ринок виступає як система економічних відносин між продавцями і покупцями, забезпечуючи тим самим можливість для реалізації основної мети комерційної діяльності – збільшення доходів від продажу за умови задоволення попиту споживачів. Ринкове середовище та кон'юнктура ринку виступають регуляторами комерційної діяльності, яка, в свою чергу, дозволяє господарюючим суб'єктам регулювати обмежені матеріальні ресурси та грошові засоби.

Відповідно до Господарського кодексу України комерційна діяльність ототожнюється з підприємництвом і характеризується як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [3]. Такий підхід до трактування, на нашу думку, тільки посилює неоднозначність в розуміння сутності та змісту поняття комерційної діяльності.

Відповідно виникає необхідність в детальному вивченні підходів до трактування даного поняття різними науковцями.

Так, Л. В. Балабанова та А. М. Германчук [4] зазначають, що в широкому розумінні

комерційне підприємництво є «господарсько-торгівельною діяльністю, яка здійснюється суб'єктами господарювання у сфері виробництва та товарного обігу, спрямованою на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжною діяльністю, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг». Підтримує таку думку в своєму науковому дослідженні і Саблук О. [5]. За таким підходом автори фактично ототожнюють комерційне підприємництво та комерційну діяльність в широкому розумінні цих понять.

На противагу, Апопій В. В. характеризує комерційну діяльність як спосіб реалізації комерційних процесів із послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [6].

Марченко І. С. трактує поняття комерційної діяльності як систему оперативно-організаційних заходів, спрямованих на організацію та управління процесами купівлі-продажу товарів з метою задоволення споживчого попиту та отримання прибутку [7]. Досить схожий підхід до трактування пропонують Л. В. Осипова та І. М. Синяєва, характеризуючи комерційну діяльність як сукупність процесів і операцій, спрямованих на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку [8].

Дахно І. І. характеризує поняття «комерційна діяльність» як оперативно-організаційну діяльність по здійсненню операцій обміну товарно-матеріальних цінностей в цілях задоволення потреб населення і отримання прибутку [9].

Крисько Ж. трактує комерційну діяльність як «процес організації й управління комерційними процесами та операціями, пов'язаними з товарно-грошовим обміном» [10].

Череп А. В. та Ортинська О. Л. вказують, що «комерційна діяльність – ініціативна самостійна діяльність громадян та їхніх об'єднань, спрямована на отримання прибутку» [11]. Такий підхід до трактування досліджуваного поняття, на нашу думку, є досить широким, охоплюючи і інші види діяльності підприємства, які зорієнтовані на забезпечення їх прибутковості.

Група авторів на чолі з Багровою І. В. наголошують, що комерційна діяльність – це товарно-грошовий обмін, в процесі якого товари від постачальника переходять у власність торгового підприємства з орієнтацією на потреби ринкового попиту [12].

Досить нетиповим є підхід М. Д. Гонського, який вказує, що комерційною є діяльність, побудована на взаємозв'язках та взаємодовірі, у якій на основі уваги до потреб покупців розробляється товарна пропозиція і відбувається реалізація [13].

Як бачимо, переважна більшість науковців все-таки виокремлюють комерційну діяльність як окремий вид діяльності підприємств не залежно від їх галузевої приналежності.

Систематизувавши інформацію, можна констатувати, що частина науковців узагальнено характеризують комерційну діяльність як оперативну-організаційну діяльність (систему заходів, процесів) [7–9], інші акцентують увагу на тісному зв'язку з товарно-грошовим обміном [6; 10; 12].

Водночас практично усі науковців вказують на цільове спрямування заходів, процесів, операцій комерційної діяльності в напрямку досягнення ефективності показників товарно-грошового обміну, здебільшого зазначаючи саме отримання прибутку. Варто наголосити, що отримання прибутку за різних ситуаційних обставин і умов не завжди є пріоритетною метою комерційної діяльності суб'єктів бізнесу на сучасному етапі економічного розвитку. Ринкове середовище та кон'юнктура ринку виступають регулятором комерційної діяльності, відповідно мета може корегуватись у відповідь на зміни в середовищі господарювання, диференціюючись в короткостроковій та довгостроковій перспективах. Водночас комерційна діяльність дозволяє суб'єктам господарювання регулювати обмежені матеріальні ресурси та грошові засоби.

Така різноманітність підходів до трактування поняття комерційної діяльності тільки підтверджує багатогранність досліджуваного поняття, що не обмежується лише процесами купівлі-продажу та обміну, але й передбачає виконання певних етапів, які необхідні для задоволення з максимальною ефективністю суспільних потреб: аналізування ринку та виявлення відповідних потреб, визначення потенційних споживачів, вибір постачальників та налагодження з ними довгострокових зав'язків, організація торговельного обслуговування тощо.

Варто наголосити на важливості етапу виявлення ринкової потреби в певному товарі, на що вказує переважна більшість дослідників. Водночас вважаємо, що недоцільно виокремлювати в розрізі комерційної діяльності технологічні функції торгівлі, які пов'язані з матеріально-технічним аспектом товаропросування.

Не можемо погодитись із твердженням деяких науковців, що будь-яка діяльність, метою якої є отримання прибутку, може априорі вважатись комерційною. Насамперед таке твердження пояснюється тим, що об'єктом комерційної діяльності виступають не усі матеріально-технічні цінності, а лише товари та послуги.

В цілому можна констатувати, що не зважаючи на існуючі розбіжності в підходах науковців до трактування поняття комерційної діяльності, практично усі дослідники погоджуються з тим, що комерційна діяльність передбачає здійснення процесів та операцій у сфері товарообігу з обов'язковим урахуванням потреб споживачів.

Враховуючи результати проведеного дослідження, вважаємо за доцільне охарактеризувати комерційну діяльність як сукупність процесів організації та управління комерційними відносинами, що забезпечують різні етапи товарно-грошового обміну з метою задоволення суспільного попиту, а також забезпечення показників ефективності відповідних процесів та господарювання в цілому.

Комерційна діяльність під впливом різних факторів зазнає постійних змін, які стають поштовхом для появи та розвитку все нових форм, методів і підходів для зацікавлення споживачів, зниження комерційних ризиків, регулювання взаємовідносин із постачальниками та виробниками тощо.

Так, одним із досить значимих чинників впливу на комерційну діяльність стало формування постіндустріального суспільства, в якому акцент перенесено з сфери виробництва під впливом науково-технічного прогресу на сферу інформаційного обміну та надання різноманітних послуг. Соціолог А. Тоффлер назвав цей період в історії людства «футурошоком», коли свідомість не встигає пристосуватись до миттєвої швидкості радикальних змін. Відповідно акцент зроблено на вивченні та задоволенні потреб людини, продажу продукції, що необхідна споживачам.

Рушійним поштовхом для подальшого розвитку комерційної діяльності стала цифрова трансформація суспільства та економіки з активним впровадженням цифрових інновацій в бізнесі. Діджиталізація в бізнесі дозволяє раціоналізувати час протікання різних організаційних процесів, оптимізувати процеси комунікації зі споживачами, перейти на новий рівень обслуговування, збільшуючи тим самим обсяги збуту продукції (надання послуг).

Вагомим чинником впливу стала також коронавірусна криза, яка змінила характер майбутнього розвитку як глобальної, так і національних економік. Варто зауважити, що саме в умовах пандемії більшість суб'єктів бізнесу впевнились в безповортній необхідності цифровізації та автоматизації певних процесів, щоб мати змогу працювати незалежно від обставин. За таких умов стрімкими темпами розвивається електронна комерція, що налічує широкий перелік дистанційних послуг, який постійно розширюється завдяки все більш прогресивному впровадженню економічної діяльності та Інтернет.

За останні два роки ринок електронної комерції виріс в США на 25 %, в Європі – майже на 30 %. Серед країн-лідерів за ступенем розвитку ринку електронної торгівлі аналітики виділяють Великобританію та США з часткою електронної комерції в загальному обсязі ритейлу в 10 % і більше. Відомо, що пандемія COVID-19 потрясла економічні ринки і повсякденне життя багатьох людей і компаній по всьому світу. Вірус зробив помітний вплив на світ електронної комерції [14].

Звичайно, глобалізаційні ринкові процеси, а також інтеграційні процеси в торгівлі не могли не вплинути на комерційну діяльність та особливості її здійснення, ставши поштовхом для появи та розвитку нових форм торгівлі та обміну.

Встояти в цій складній боротьбі за виживання неможливо без ефективної системи управління, яка дозволяє регулювати взаємовідносини між учасниками комерційної діяльності, ідентифікувати, прогнозувати та мінімізувати комерційні ризики, орієнтуючи товаровиробників на випуск товарів з урахуванням купівельного попиту.

В напрямку підвищення ефективності системи управління комерційною діяльністю за сучасних умов господарювання доцільно орієнтуватись на [15]:

1) системний підхід до розуміння комерційної діяльності не як чогось зосередженого тільки на торгівлі, а як сукупності комплексу взаємопов'язаних процесів;

2) рівнозначне приділення уваги кожному процесу, що характеризують комерційну діяльність з точки зору її організації, а також управління нею;

3) формування технологій реалізації кожної складової процесу залежно від зовнішніх і внутрішніх умов функціонування комерційної діяльності;

4) розробку імітаційних моделей управління комерційною діяльністю, що дозволяють врахувати найбільш повний перелік факторів впливу у різних комбінаціях.

Для досягнення успіху та підвищення ефективності управління комерційною діяльністю доцільно керуватись певними принципами:

– цільове спрямування діяльності з виокремленням пріоритетів та орієнтацією на забезпечення ефективності операцій товарно-грошового обміну;

– забезпечення гнучкості комерційної діяльності як відповідь на динамічні зміни ринкового середовища;

– постійний моніторинг ризиків та розробка заходів щодо мінімізації їх деструктивного впливу;

– ініціативність в прийнятті рішень;

– активне використання інструментів маркетингу для досягнення цілей комерційної діяльності тощо.

Висновки. Комерційна діяльність є невід'ємним аспектом ринкового господарювання. Ринкове середовище та кон'юнктура ринку виступають регуляторами комерційної діяльності, внаслідок чого зміни в ринковому середовищі безпосередньо відображаються і на комерційних діях. Водночас комерційна діяльність дозволяє суб'єктам господарювання регулювати обмежені матеріальні ресурси та грошові засоби.

Комерційна діяльність реалізується через комерційні відносини, які за умов ринкової економіки є основоположними. Саме ці відносини стимулюють виробництво, надаючи потребам динамізму, активізуючи товарно-грошовий обмін, чим пояснюється складність та багатогранність сутності та змісту поняття комерційної діяльності.

За результатами дослідження ми прийшли до висновків, що основним завданням комерційної діяльності є забезпечення обміну товарів і послуг, враховуючи усі етапи цієї фази відтворення. Варто зауважити, що мова йде саме про комерційні процеси, не враховуючи матеріально-технічний аспект товароруху, який не охоплюється комерційною діяльністю, оскільки належить до технологічної функції торгівлі.

Важливою характеристикою комерційної діяльності є її цільовий характер, що виражається в спрямуванні відповідних заходів, процесів та операцій в напрямку досягнення ефективності показників товарно-грошового обміну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Куклін О.В. Комерційна діяльність організацій: Курс лекцій : навчальний посібник. Черкаси : Кур'єр, 2005. 324 с.
2. Ансофф И. Стратегичный менеджмент. Классическое издание. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 344 с.
3. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
4. Балабанова Л.В., Германчук А.М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика : навч. посібник. Київ : Професіонал, 2004. 288 с.
5. Саблук О. Суть і принципи комерційного підприємництва і комерційної діяльності. *Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2018. № 1. С. 74–79.
6. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В.В. Апопія. Київ : Знання, 2008. 558 с.
7. Марченко И.С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций. *Вестник МГТУ*. 2010. № 1. Т. 13. С. 27–30.
8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Москва : Юнити-Дана, 2000. 623 с.
9. Дахно І.І. Міжнародна торгівля : навч. посіб. Київ : МАУП, 2003. 296 с.
10. Крисько Ж. Сутність та види комерційної діяльності підприємства. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2013. Вип. 18. С. 75–83.
11. Череп А.В., Ортинська О.Л. Основні аспекти комерційної діяльності підприємств. *Продуктивні сили і регіональна економіка*. 2008. Ч. 1. С. 198–203.
12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : Підручник для вузів / І.В. Багорова, Н.І. Редіна, В.Є. Власюк, О.О. Гетьман. Київ : Центр навч. літ-ри, 2004. 580 с.
13. Гонський М.Д. Сутність і зміст комерційної діяльності торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.1. С. 177–182.
14. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. *Всеукраїнське професійне юридичне видання «Юридична газета»*. URL: <https://lyur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html>
15. Бабух І.Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(1). С. 23–26. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_1_2016ua/6.pdf

REFERENCES:

1. Kuklin, O.V. (2005) *Komertsijna diialnist orhanizatsii: Kurs leksii: Navchalnyi posibnyk* [Commercial activity of organizations: Course of lectures: Textbook]. Cherkasy: Kurier, 324 p. (in Ukrainian)
2. Ansoff, I. (2009) *Strategichnyj menedzhment* [Strategic management]. Klasicheskoe izdanie. SPb.: Piter, 344 p. (in Russian)
3. Hospodars'kyj kodeks Ukrainy [Economic Code of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (in Ukrainian)
4. Balabanova, L.V., Hermanchuk, A.M. (2004) *Komertsijna diial'nist': marketynh i lohistyka: navch. posibnyk* [Business activity: marketing and logistics: textbook. manual]. Kyiv: Profesional. (in Ukrainian)
5. Sabluk, O. (2018) *Sut' i pryntsyvy komertsijnoho pidpryemnytstva i komertsijnoi diial'nosti* [The essence and principles of commercial entrepreneurship and commercial activity]. *Naukovyj visnyk MNU im. V.O. Sukhomlyns'koho. Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of MNU. V.O. Sukhomlinsky. Economic sciences*, no. 1, pp. 74–79. (in Ukrainian)
6. Apopii, V.V. (Ed.) (2008) *Komertsijna diial'nist': pidruch.* [Commercial activity: textbook] / za red. prof. Apopiia V.V. Kyiv: Znannia, 558 pp. (in Ukrainian)
7. Marchenko, I.S. (2010) *Sistemnyj podhod k upravleniju kommercheskoj dejatel'nost'ju organizacij* [A systematic approach to the management of commercial activities of organizations]. *Vestnik MGTU – Bulletin of the Moscow State Technical University*, no. 1, t. 13, pp. 27–30. (in Russian)
8. Osipova, L.V., Sinjaeva, I.M. (2000) *Osnovy kommercheskoj dejatel'nosti* [Fundamentals of commercial activity]. Moscow: Juniti-Dana, 623 p. (in Russian)
9. Dakhno, I.I. (2003) *Mizhnarodna torhivlia: navch. posib* [International trade: textbook. way]. Kyiv: MAUP, 296 p. (in Ukrainian)
10. Krysko, Zh. (2013) *Sutnist' ta vydy komertsijnoi diial'nosti pidpryemstva* [The essence and types of commercial activity of the enterprise]. *Ukrains'ka nauka: mynule, suchasne, majbutnie – Ukrainian science: past, present, future*, no. 18, pp. 75–83. (in Ukrainian)

11. Cherep, A.V., Ortyns'ka, O.L. (2008) Osnovni aspekty komertsijnoi diial'nosti pidpriemstv [The main aspects of commercial activity of enterprises]. *Produktyvni syly i rehional'na ekonomika – Productive forces and regional economy*, part 1, pp. 198–203. (in Ukrainian)
12. Bahrova, I.V., Redina, N.I., Vlasiuk, V.Ye. & Het'man, O.O. (2004) *Zovnishn'oekonomichna diial'nist' pidpriemstv. Pidruchnyk dlia vuziv* [Foreign economic activity of enterprises. Textbook for universities]. Kyiv: Tsentri navch. lit-ry, 580 p. (in Ukrainian)
13. Hons'kyj, M.D. (2011) Sutnist' i zmist komertsijnoi diial'nosti torhovel'noho pidpriemstva [The essence and content of commercial activity of a commercial enterprise]. *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, vol. 21.1, pp. 177–182. (in Ukrainian)
14. Androschuk, H. COVID-19: vplyv na elektronnu komertsiiu [COVID-19: impact on e-commerce]. *Vseukrains'ke profesijne iurydychne vydannia «Yurydychna hazeta» – All-Ukrainian professional legal publication "Yurydychna Gazeta"*. Available at: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmacevtika/covid19-vplyv-na-elektronnu-komerciyu.html> (in Ukrainian)
15. Babukh, I.B. (2016) Teoretychni pidkhody do analizu komertsijnoi diial'nosti ta upravlinnia neiu [Theoretical approaches to business analysis and management]. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriiia : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvoScientific – Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, no. 10(1), pp. 23–26. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_1_2016ua/6.pdf (in Ukrainian)