

Ерфан В.Й., Шерегій Р.В., Цвірчак Р.Р.

## НАУКОВІ І МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*У статті розглянуто сутність та основи комерційної діяльності. Проаналізовано існуючі наукові підходи щодо тлумачення понять “комерція”, “комерційна діяльність”, “комерційне підприємництво”. Розкрито основні функції, принципи та завдання комерційної діяльності. А також були визначені ключові чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності.*

**Ключові слова:** комерція, комерційна діяльність, підприємництво, торгівля, товарно-грошові відносини.

**Постановка проблеми.** У період трансформаційних процесів та переходу до ринкових економічних відносин, все більшого значення отримують комерційні відносини. Саме, завдяки ефективному управлінню комерційної діяльності, на ринку товарів та послуг формуються принципово нові взаємозв'язки з партнерами, діють ринкові регулятори у сфері обігу, формуються комерційні принципи, направлені на активізацію товарно-грошових і товарообмінних операцій, організацію процесу руху товару. Таким чином, комерційна діяльність є надзвичайно важливим поняттям ринкової економіки, яке потребує подальшого вивчення та удосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес визначення сутності та змісту поняття комерційної діяльності потребує, насамперед, дослідження та аналізу різноманітних наукових підходів до даного питання. Великий внесок у вивчення комерційної діяльності і комерційного підприємництва зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як В.Апопій, В.Абчук, Л.Балабанова, О.Белей, О.Буданова, А.Виноградська, М.Єрмошенко, Є.Кісельова, Н.Криковцева, Н.Омарова, Ф.Половцева, І.Синяєва та інші.

Враховуючи значну кількість дефініцій, визначення комерційної діяльності залишається розкритою не повною мірою, так як охоплюють

лише окремі аспекти, при цьому не відображають цілісного розуміння комерційної діяльності, що потребує подальшого вдосконалення.

**Метою статті** є розгляд сутності та змісту комерційної діяльності, з визначенням її основних чинників впливу для подальшого забезпечення ефективнішої роботи комерційної діяльності підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із видів людської діяльності вважають комерцію, яку ототожнюють з торгівлею. Таке розуміння сутності поняття пояснюється тим, що воно походить від латинського слова “commercium”, що дослівно перекладається як “торгівля”. Проте, слід мати на увазі, що слово “торгівля” має подвійне значення: в одному випадку йдеться про окрему галузь народного господарства (торгівлю), в іншому – про торгівлю, спрямовану на здійснення купівлі та продажу товарів та послуг.

Загальновідомо, що на ринку, усі товари є об'єктом купівлі-продажу, проте сама комерція не обмежується лише торгівельними операціями, все тісніше інтегруючись за сучасних умов виробничої діяльності, проникаючи в сферу послуг, обороту валют і цінних паперів, релокації технологій та інтелектуальної власності (підприємницьких здібностей), прийняття макрологістичних рішень тощо. Автори констатують, що в першочерговому розумінні поняття комерції дійсно охарактеризовувало торгівельну діяльність, як оптову та роздрібну торгівлю різними благами. Нами було досліджено, що тлумачний словник (1861 р.) трактує поняття комерції, як “торг, торгівельні обороти, купецькі помисли” [5].

У роботах вітчизняних та зарубіжних економістів можна зустріти різні визначення комерційної діяльності. Деякі вчені ототожнюють комерційну діяльність з підприємницькою, тоді як науковці-практики стверджують, що комерційна діяльність, по своїй

© **Ерфан В.Й.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”, e-mail: vitalii.erfan@uzhnu.edu.ua

**Шерегій Р.В.**, магістр, кафедра економічної теорії ДВНЗ “Ужгородський національний університет”, e-mail: sherehii.roman@student.uzhnu.edu.ua

**Цвірчак Р.Р.**, аспірант кафедри економіки і підприємництва, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”, e-mail: roman.tsvirchak@uzhnu.edu.ua

природі, є більш ширшим поняттям, ніж підприємницька, і навпаки.

Розглянемо найпоширеніші варіанти трактувань комерційної діяльності:

- комерційна діяльність – являється особливим видом діяльності, пов'язаного з реалізацією товару, від якого залежить кінцевий результат торговельного підприємства, тобто товарно-грошовий обмін, в процесі якого товари від постачальника переходять у власність торговельного підприємства з орієнтацією на потреби ринку [5].

- комерційна діяльність – визначена сукупність процесів і операцій, спрямована безпосередньо на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку [7].

- комерційна діяльність – спосіб реалізації комерційних процесів, як послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [1].

- комерційна діяльність – комплекс операцій, які забезпечують купівлю-продаж товарів, і разом з торговельними процесами формують саму вже торгівлю, як вид діяльності. [2].

- комерційна діяльність – злагоджена система оперативно-управлінських заходів, спрямованих на організацію та забезпечення процесів купівлі-продажу товарів з метою задоволення споживчого попиту та отримання прибутку [6].

Комерція (торгівля) відіграє таку роль у розвитку економічних процесів:

- забезпечення руху і накопичення продукції відповідно до місця і часу на складах оптової торгівлі;

- доставки товарів від виробника до покупця;

- задоволення попиту споживачів на товари та послуги;

- сприяння ефективному розвитку виробництва, вплив на формування його обсягів і перспектив;

- визначення економічного становища промислових підприємств, так як їхня продукція реалізується в секторі торгівлі;

- надання виробникам і партнерам ринкову інформацію, а саме: характеристики продукції, потреби клієнтів “на сьогодні”, перелік конкурентів, обсяги продажів і ціни;

- створення нових робочих місць;

- поповнення надходження коштів до державного бюджету за рахунок податків.

Отже, проаналізувавши визначення “комерційна діяльність”, можна зробити

наступний висновок про те, що більшість економістів сформувавши думку, що предметом комерційної діяльності є процес у сфері торгівлі, який обов'язково враховує потреби споживачів.

Паралельно з розвитком ринкових відносин в Україні, почало активно використовуватися поняття комерційної діяльності, де зміцнилися всі комерційні бізнес-процеси, а також зміцнилися відносини пов'язані з обміном різними товарами.

Так, за визначенням ст. 42 глави 4 Господарського кодексу України, господарська комерційна діяльність (підприємництво) характеризується такими ознаками, як самостійність, ініціативність, систематичність, власний ризик, та спрямованість на визначений результат – одержання економічних та соціальних результатів та отримання прибутку [3].

Таким чином, українське законодавство поєднує такі категорії, як “господарська діяльність” та “підприємництво”. Підприємництво – це не тільки звичний вид діяльності, але й один із засобів ведення бізнесу. Тому, це поняття має набагато ширший зміст, ніж комерційна діяльність. У такому розумінні комерційну діяльність слід аналізувати, як самостійну складову підприємництва.

Тепер розглянемо детальніше особливості комерційної діяльності. Сутністю комерційної діяльності є організація комерційних процесів та операцій, які спрямовані на забезпечення системи товарно-грошового обміну, а також управління даними процесами.

Можемо констатувати, що комерційна діяльність забезпечує обмін товарами та послугами у грошовій формі, не лише в момент обміну, але й на всіх стадіях цього процесу відтворення. Очевидно, саме тому комерційна діяльність складається з набору процесів і операцій, які відповідають завданням на різних стадіях фази обміну.

Під комерційним процесом розуміється виконання комплексу операцій для забезпечення організаційних, економічних, соціальних і правових аспектів обміну товарами та грошима. Крім того, зміст комерційного процесу також залежить від того, яку стадію обміну він обслуговує і на яких принципах відбувається процес обміну.

Складовою частиною комерційної діяльності – комерційна операція, яка є нічим іншим, як сукупність прийомів і способів, спрямованих на забезпечення

функціонування різноманітних стадій систем товарно-грошового обміну.

Загалом, існує три класи операцій:

- основні, що насамперед забезпечують процес обміну, зміни вартості та передачі права власності;

- особливі, що визначають реалізацію певних етапів товарно-обмінної системи;

- допоміжні, що забезпечують реалізацію комерційних операцій й комерційних процесів загалом.

Процеси та операції, які мають суто комерційний характер відбуваються виключно через взаємодію суб'єктів ринку. На ринку товарів і послуг задіяна велика кількість посередників, постачальників, оптовиків і роздрібних покупців. Тим самим, в процесі взаємовідносин вони формують основи комерційної діяльності, основною метою якої є ефективний обмін товарів і грошей у формі купівлі-продажу.

Таким чином, автори дійшли згоди, що комерційна діяльність включає комерційні процеси і операції, які відбуваються в контексті взаємодії між учасниками ринку з метою забезпечення ефективного обміну товарами та послугами.

Світовий досвід доводить, що вивчення та усвідомлення сучасних тенденцій розвитку комерційної діяльності (торгівлі) дозволяє виділити три її основні функції [4]:

- комунікативна – передача економічної інформації потенційним та постійним клієнтам персоналізовано, та очікування фідбеку (аналіз реакції);

- адаптивна – полягає в результатах комунікаційного процесу та сприяє вирішенню проблем потенційного та майбутнього клієнта;

- дослідницька – пов'язана з опрацюванням SWOT-аналізу та аналізом бізнесової інформації про клієнтів, товари і ринки.

Торгівля задовольняє потреби споживачів і є останньою ланкою в діяльності суб'єктів ринку. Особлива роль належить комерційній діяльності, яка пов'язана із здійсненням комплексу заходів по доставці товару від виробника до покупця.

Вище наведені функції дозволяють розкрити основну суть та зміст комерційної діяльності [5]:

- встановлення господарських і партнерських зв'язків із суб'єктами ринку;

- оцінка та аналіз шляхів закупівлі товарів;

- узгодження зв'язку виробництва зі споживачем на ринку товарів, орієнтованих на побажання покупця (обсяг, асортимент й оновлення продукції);

- купівля та продаж товарів з урахуванням конкуренції;

- розширення існуючих і розвиток перспективних ринків цільових товарів;

- скорочення повсякденних (операційних) витрат компанії, пов'язаних з купівлею та продажем товарів (веденням бізнесу).

Основні завдання комерційної діяльності включають такі аспекти:

- дослідження та прогнозування ємності ринку і попиту;

- організація рекламно-інформаційної діяльності;

- визначення попиту на товари та послуги;

- пошук і вибір найбільш підходящих постачальників і торгових партнерів та покупців;

- координація закупівельних робіт серед постачальників і споживачів;

- планування обсягів купівлі-продажу товарів і послуг;

- організація руху та просування товарів;

- організація оптової торгівлі товарами та комерційне посередництво;

- задоволення потреб населення (вибір необхідного сегменту ринку).

Принципи комерційної діяльності – фундаментальні твердження, правила, які відображають їх сутність і висвітлюють деталі організації на ринку товарів і послуг. Вони засновані на законах ринку і мають принципове значення для організації взаємодії між учасниками ринку.

Серед основних принципів комерційної діяльності, автори виокремили та проаналізували такі, як: економічна свобода, конкурентоспроможність, адаптивність, прийняття ризику та ефективність.

Принцип економічної свободи полягає в тому, що суб'єкти господарювання вільні при виборі партнерів по комерційних справах, форм і способів взаємодії, а також у визначенні обсягів закупівель, структури закупівель, умов постачання та взаємної відповідальності. Цей принцип може бути реалізований лише за умов ринкових відносин, де немає лімітів, фондів, квот, прив'язки покупця до постачальника, плану розподілу товару та інших адміністративних заходів.

Принцип конкурентоспроможності – полягає в тому, що в ринковій економіці існує велика кількість продавців з однаковими товарами, при цьому створюючи покупцям широкий вибір, що посилює конкуренцію. Суперники змушені конкурувати, щоб завоювати частку ринку та клієнтів, тому вони знаходять шляхи виділитися

як за ціновими, так і за неціновими показниками, поліпшити свою комерційну діяльність, перевершити конкурентів і забезпечити собі конкурентну перевагу на ринку (додатковими опціями, відсотками знижки, подарунками і інше).

Наступний принцип – адаптивності, описує здатність пристосовуватися до ринкових умов і своєчасно та відповідним чином реагувати на зміни. Для цього необхідно впровадити форми і методи управління комерційною діяльністю, які відповідають ринковому середовищу і мінливим ринковим умовам.

Зменшення ризику є неодмінним принципом комерційної діяльності. Комерційна діяльність відбувається в умовах невизначеності, динамічної ринкової кон'юнктури, мінливих законодавчих рамок, систем кредитування, оподаткування та інших змінних, на які суб'єкти комерційної діяльності не можуть впливати, але змушені шукати способи мінімізації ризиків. Знаходження прийнятних рішень, є важливою частиною підвищення ефективності підприємницької діяльності, і фахівцям у цій галузі необхідно шукати незвичні, непопулярні та інноваційні рішення.

Принцип ефективності комерційної діяльності визначається виходом на нові ринки, збільшенням обсягів продажів, прискоренням збуту продукції, оптимізацією асортименту, підвищенням культури обслуговування, створенням позитивного іміджу, впізнаваність марки (бренду), прийняттям обґрунтованих рішень з метою отримання прибутку. Реалізація цього принципу вимагає іншого підходу. На певних ринках потрібні миттєві результати, іншим потрібно пожертвувати сьогоднішніми результатами та працювати на майбутнє. Однак, не варто забувати про соціальну ефективність, охорону здоров'я, навколишнє середовище, безпеку та культуру обслуговування. Зрештою, комерційна діяльність має приносити прибуток бізнесу.

Становлення та розвиток комерційної діяльності вимагає визначення певних умов та чинників, які прямо чи опосередковано впливають на бізнес. Суб'єкти та об'єкти є основними чинниками, що впливають на функціонування торгових підприємств.

Суб'єкт – це особа, яка виконує господарські функції та приймає комерційні рішення. Вони здійснюють свої дії через об'єкти торгового підприємства, тобто основні виробничі фонди (пасиви – будівлі, активи – обладнання) та товарно-матеріальні цінності.

Працюючи зі споживчим ринком, торговельні підприємства постачають товари на споживчий ринок і надають покупцям необхідну інформацію (про характеристики продукції, надійність, гарантійний термін, ціну, умови продажу тощо). Компанія отримує зворотний зв'язок від ринку, наприклад, інформацію про конкурентів, конкурентні товари, потреби та можливості клієнтів, обсяги продажів та швидкість продажів.

В результаті виходить закрита комунікаційна система, що працює як єдине ціле, в якій підприємство взаємодіє із зовнішнім середовищем. Зрозуміло, що комерційні позиції формуються під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища.

Основу зовнішнього середовища складають: економічні тенденції, соціальне середовище, покупці і постачальники товарів, конкуренти, суб'єкти партнерських зв'язків, банки, фінансові заклади, контролюючі органи (податкові служби, інспекції по торгівлі і якості товарів, цінах), товарні і фондові біржі, ярмарки, виставки, діючі законодавчі і нормативні акти.

Внутрішнє середовище торгового підприємства представляють: виробничі, технічні, економічні, фінансові і кадрові ресурси, функціональні служби, товарно-матеріальні цінності, торгово-технологічні процеси, складське господарство, інформаційно-комп'ютерне забезпечення [7].

Існуючі фактори внутрішнього та зовнішнього середовища необхідно розглядати та аналізувати в сукупності. Отримані дані дозволять більш позитивно впливати на комерційні процеси, пов'язані з постачанням продукту споживачам.

**Висновок і перспективи подальших досліджень.** В умовах ринкового середовища комерційна діяльність є однією з ключових категорій реалізації комерційних відносин. Саме ці відносини в сукупності стимулюють виробництво, поживляють потреби та активізують товарно-грошовий обмін, що пояснює складну і багатогранну природу і зміст поняття комерційної діяльності.

Таким чином, проаналізувавши низку досліджень деяких науковців, автори стверджують, що комерційна діяльність – це широка галузь оперативно-організаційних операцій торгових організацій і підприємств, з метою здійснення процесу купівлі-продажу товарів (робіт та послуг) для задоволення потреб населення та отримання прибутку. Розуміння суті комерційної діяльності у сучасних умовах дає змогу підприємствам ефективніше

здійснювати свою діяльність та підвищувати результативність функціонування.

Лишається не деталізована комерційна діяльність з точки зору системи для її подальшої

екстраполяції, яка включає в себе: мету, метод, завдання, функції, технології, рішення..., це є перспективою подальшого дослідження.

#### ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В.В. Комерційна діяльність : [підручник] / В.В. Апопій. – 2-ге вид., перероб. і доп. –К. : Знання, 2008. – 558 с.
2. Гонський М.Д. Сутність і зміст комерційної діяльності торговельного підприємства / М.Д. Гонський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.1 - С.177-182.
3. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. Жегус О. В., Попова Л. О., Парцирна Т. М. Теорія і практика ціноутворення у системі маркетингу: монографія. Х.: ХДУХТ, 2013. 250 с.
5. Куклін О.В. Комерційна діяльність організацій: Курс лекцій: Навчальний посібник. Черкаси: Кур'єр, 2005. 324 с.
6. Мішеніло Г. А., Матвєєв Ю. Т. Дослідження ринку: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2015. 185 с.
7. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М., Міт'яєва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навчальний посібник з дисципліни «Комерційна діяльність». Харків: ХДУХТ, 2014. - 225 с.

#### REFERENCES

1. Apoyiy, V.V. (2008). Komertsiyana diyal'nist' [Commercial activity]. K.: Znannya [in Ukrainian].
2. Hons'kyu, M.D. (2011). Sutnist' i zmist komertsiyanoi diyal'nosti torhovel'noho pidpryyemstva [The essence and meaning of the commercial activity of a trading enterprise]. Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny – Scientific bulletin of NLTU of Ukraine, 21.1, 177-182 [in Ukrainian].
3. Hospodars'kyu kodeks Ukrayiny № 436-IV vid 16.01.2003 [Economic Code of Ukraine No. 436-IV dated January 16, 2003]. (2003). Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15> [in Ukrainian].
4. Zhehus, O. V., & Popova, L. O., & Partsyryna, T. M. (2013). Teoriya i praktyka tsinoutvorennya u systemi marketynhu: monohrafiya [theory and practice of pricing in the marketing system: monograph]. KH.: KHDUKHT [in Ukrainian].
5. Kuklin, O.V. (2005). Komertsiyana diyal'nist' orhanizatsiy: Kurs lektsiy: Navchal'nyy posibnyk [Commercial activity of organizations: Course of lectures: tutorial]. Cherkasy: Kur'yer [in Ukrainian].
6. Mishenilo, H. A., & Matvyeyev, Yu. T. (2015). Doslidzhennya rynku: konspekt lektsiy [Market research: lectures]. Sumy: Sums'kyu derzhavnyy universytet [in Ukrainian].
7. Fylevych, L.H., & Popova, L.O., & Pryadko, O.M., & Mityayeva, T.L., & Prybylovych, L.A. (2014). Komertsiyana diyal'nist': navchal'nyy posibnyk z dystsypliny «Komertsiyana diyal'nist'» [Commercial activity: textbook on the discipline «Commercial activity»]. Kharkiv: KHDUKHT [in Ukrainian].

Отримано 10.03.2023