МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)

Кафедра товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради
02.06.2025
протокол № 08, п. 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 02.06.2025 № 104

УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ / MANAGEMENT OF TRADING ACTIVITIES

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«магістр» / «master»
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право / «Business, Administration and Law»
Спеціальність	D7 Торгівля / «Trade»
Освітня програма	«Підприємництво та торгівля» / «Business and trade»

Вінниця 2025

Розробник: Шарко Віталій, доктор економічних наук, професор

Гарант освітньої програми «Підприємництво та торгівля» – Шарко Віталій, доктор економічних наук, професор

Обговорено та схвалено:

на засіданні кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва 19.05.2025, протокол № 10;

на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 22.05.2025, протокол № 05.

Рецензенти: Андрусенко Надія, кандидат економічних наук, доцент
Гавенко Михайло, PhD, директор ПП «Культтовари-Вінниця», м. Вінниця

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 25.06.2025 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,51.
Обл.-вид. арк. 1,16. Тираж 2. Зам. № 307.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Робоча програма призначена для здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності D7 Торгівля та є важливою складовою частиною у системі підготовки фахівців для управління торговельною діяльністю. Предметом вивчення освітнього компонента є механізм управління сукупністю відносин, які виникають в процесі просування товарів та послуг від виробника до споживача в контексті забезпечення конкурентоспроможності.

Метою викладання освітнього компонента «Управління торговельною діяльністю» є формування у здобувачів вищої освіти сучасного економічного мислення, набуття та систематизація знань у сфері управління торгівлею в сучасних умовах господарювання, ознайомлення з базовими поняттями, принципами та методами ефективного управління підприємствами торгівлі України.

Результатом вивчення освітнього компонента «Управління торговельною діяльністю» для освітньої програми «Підприємництво та торгівля» є формування комплексу компетентностей:

– **інтегральна компетентність:** Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог;

– **загальні компетентності (ЗК)**

ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ЗК 5. Визначеність та наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

– **спеціальні компетентності (СК)** здобувачів другого рівня освіти освітньої програми «Підприємництво та торгівля»:

СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур.

СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН) здобувачів другого рівня освіти освітньої програми «Підприємництво та торгівлі» полягають у здатності:

1. Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва та торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

3. Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

5. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

6. Розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

7. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва та торгівлі.

9. Розробляти й приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

10. Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких та торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.

Критерії оцінювання результатів навчання. Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	**За шкалою ДТЕУ**	**Критерії оцінювання**
Високий (дослід-ницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компонента, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродукти-вний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагмента-рний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом НПП виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Для очної (денна, вечірня) форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024, протокол № 08 (зі змінами від 25.11.2024, протокол № 12).

Згідно з цим же Положенням здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право в день оголошення результатів звернутися із заявою на ім’я директора з проханням апеляційного перегляду оцінки.

Обсяг освітнього компонента в кредитах та його розподіл (тематичний план)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин/ кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття	СРС		
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Управління торговельною діяльністю як складова сучасного бізнесу	11	2	2	7	ВПЗ, ДП, УД	5
Тема 2. Державне регулювання діяльності підприємств торгівлі в Україні	9	-	2	7	ВПЗ, В, ДП	5
Тема 3. Стратегічне управління підприємством торгівлі	11	2	2	7	ВПЗ, ДП, УД	5
Тема 4. Управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі	11	2	2	7	ВПЗ, В, УД, Т	5
Тема 5. Управління підприємствами оптової торгівлі	20	2	4	14	ВПЗ, В, УД, Т	10
Тема 6. Управління підприємствами роздрібної торгівлі	20	2	4	14	ВПЗ, В, УД, Т	10
Тема 7. Управління маркетингом підприємства торгівлі	11	2	2	7	ВПЗ, В, УД, Т	5
Тема 8. Управління комерційною діяльністю підприємства торгівлі	9	-	2	7	ДП, ВПЗ, Т	5
Тема 9. Управління товарними запасами торговельного підприємства	11	2	2	7	ДП, ВПЗ, Т	5
Тема 10. Управління товарним забезпеченням обороту торговельного підприємства	9	-	2	7	ДП, ВПЗ, Т	5
Тема 11. Управління товарооборотом торговельного підприємства	11	2	2	7	ВПЗ, ДП, УД	5
Тема 12. Управління трудовими ресурсами торговельного підприємства	9	-	2	7	ДП, ВПЗ, Т	5

Кінець таблиці

1	2	3	4	5	6	7
Тема 13. Управління формуванням та розвитком матеріально-технічних ресурсів торговельного підприємства	9	-	2	7	ДП, ВПЗ, Т	5
Тема 14. Управління ефективністю діяльності та конкурентоспроможністю торговельного підприємства	9	-	2	7	ДП, ВПЗ, Т	5
Індивідуальне завдання	**20**			**20**	**ІЗ**	**20**
Разом	**180/6**	**16**	**32**	**132**		**100**
Підсумковий контроль – екзамен						

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

ВПЗ – виконання практичних завдань – 2 бали.

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

УД – участь у дискусії – 1 бали.

Т – тестування – 1 бал.

ДП – доповідь та презентації – 2 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 20 балів (участь у наукових заходах).

Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

ІІ. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА
Зміст освітнього компонента (теми програми)

Тема 1. Управління торговельною діяльністю як складова сучасного бізнесу

Поняття, суть та роль торгівлі. Фахівець з торгівлі та його основні функції. Торговельна діяльність та підприємництво. Мета торгівлі в сфері товарного обороту. Історія розвитку торгівлі. Об’єкт та суб’єкт торгівлі. Види і класифікація юридичних осіб. Види та функції торгівлі.

Функції, що виконує оптова торгівля щодо клієнтів-покупців. Функції, що виконує оптова торгівля щодо клієнтів-постачальників. Напрямки розвитку оптової торгівлі. Основні тенденції розвитку торгівлі на сучасному етапі

Позамагазинні форми торгівлі. Дрібно-роздрібна стаціонарна та пересувна мережа. Торгові автомати. Ярмарки і базари. Мережевий маркетинг. Посилкова торгівля. Електронна торгівля.

Суть та зміст управління в торгівлі. Характеристики торговельного менеджменту. Концепція управління підприємством торгівлі. Основні завдання управління підприємством торгівлі. Сфери застосування управління підприємством торгівлі. Класифікація функцій управління в сфері торгівлі.

Інтеграція та диверсифікація діяльності в управлінні підприємствами торгівлі. Визначення поняття «узгодження». Цільовий підхід до управління торговельною діяльністю. Процесний підхід до управління. Системний підхід до управління. Ситуаційний підхід до управління. Диверсифікація торговельного менеджменту. Класифікація типів управління підприємствами торгівлі.

Підприємство торгівлі як об’єкт управління. Особливості підприємства торгівлі як об'єкту управління. Фази розвитку підприємства торгівлі. Технологія та чинники вибору організаційно-правової форми торговельної діяльності. Види підприємств торгівлі: індивідуальне торговельне підприємство; партнерське торговельне підприємство; корпоративне торговельне підприємство. Етапи вибору організаційно-правової форми підприємства торгівлі.

Особливості функціонування підприємств торгівлі в Україні.

Тема 2. Державне регулювання діяльності підприємств торгівлі в Україні

Принципи та зміст державного регулювання торгівлі. Моністська концепція державного регулювання торгівлі. Кейнсіанська концепція державного регулювання торгівлі. Цілі державного регулювання споживчого ринку товарів і послуг. Суб’єкт й об’єкт державного регулювання торгівлі. Принципи державного регулювання сфери торгівлі. Захист прав споживачів в Україні та в економічно розвинутих країнах.

Методи державного регулювання товарного обороту. Класифікація методів державного регулювання товарного обороту. Товарне квотування. Ліцензування. Оцінка монополістичної влади на ринку. Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана.

Принципи здійснення державного контролю та нагляду в торгівлі. Загальні та специфічні принципи: законності; гласності; забезпечення захисту прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності; об'єктивності; етичності; відповідальності державного контрольно-наглядового органу за шкоду, заподіяну суб`єкту торговельної діяльності внаслідок порушення вимог законодавства; мінімізації втручання державного контрольно-наглядового органу в господарчу діяльність торговельного об`єкту; професіоналізму; оперативності; неприпустимості тиску контролюючих органів на суб`єктів торговельної діяльності.

Тема 3. Стратегічне управління підприємством торгівлі

Теоретичні засади стратегічного управління торговельним бізнесом. Суть поняття «стратегічне управління». Характеристика стратегічного управління. Структура стратегічного управління підприємством торгівлі. Визначення місії підприємства торгівлі.

SWOT-аналіз як інструмент вибору та розробки стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі. Сутність та мета застосування SWOT-аналізу. Аналіз внутрішнього середовища підприємства. Аналіз зовнішнього оточення. Аналіз можливостей і загроз, сильних та слабких сторін підприємства в сфері торгівлі.

Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства торгівлі. Морфологічна матриця еталонних стратегій забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства (КСП) торгівлі. Характеристика еталонних стратегій забезпечення КСП. Вибір стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі.

Тема 4. Управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі

Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства галузі торгівлі. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринку. Конкурентне середовище підприємства. Конкурентні переваги підприємства.

Конкурентні стратегії. Конкурентоспроможність товару та методи її оцінки. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Сучасні інструменти для підвищення ефективності управління торговельною діяльністю (BAS-Управління торгівлею, BAS-Комплексне управління підприємством, BAS-Роздрібна торгівля та ін.). Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності. Менеджмент якості як фундамент забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства.

Тема 5. Управління підприємствами оптової торгівлі

Суть, види та функції оптової торгівлі. Поняття категорії «оптова торгівля». Відмінна риса оптової торгівлі. Основні види оптової торгівлі. Основні функції оптової торгівлі. Допоміжні функції оптової торгівлі. Фактори, що впливають на оптову торгівлю.

Види оптових підприємств та їх класифікація. Засади функціонування оптових підприємств. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Характеристика видів підприємств оптової торгівлі.

Місце оптових посередників на товарному ринку. Основні типи оптових посередників. Характеристика оптових посередників: дистриб'ютори, збутові агенти, комісіонери, товарні брокери, консигнатори, повірені, дилери, незалежні оптовики-купці. Інструменти продажів в e-commerce. Види торговельних майданчиків, особливості їх функціонування.

Тема 6. Управління підприємствами роздрібної торгівлі

Структура та функції роздрібної торгівлі. Сутність роздрібної торгівлі. Поняття роздрібного товарообороту. Функції роздрібної торгівлі. Класифікація роздрібної торгівлі. Чинники, що впливають на розміщення роздрібної мережі.

Система послуг у роздрібній торгівлі як спосіб стимулювання продажів товарів. Культура торгівлі. Поняття «послуга». Класифікація послуг. Зміст поняття «стимулювання продажу». Причини зростання значимості стимулювання продажу. Цілі стимулювання продажу в залежності від об'єктів стимулювання. Переваги та недоліки стимулювання продажу. Методи та види стимулювання продажу, що спрямовані на споживачів. Методи нецінового стимулювання продажу. Методи стимулювання посередників. Етапи процесу стимулювання продажу.

Тема 7. Управління маркетингом підприємства торгівлі

Маркетинг оптової торгівлі. Завдання маркетингу в сфері оптової торгівлі. Транзитна і складська форми оптової торгівлі. Маркетингові рішення та маркетингові стратегії в оптовій торгівлі. Завдання маркетингу в системі оптової торгівлі.

Маркетинг роздрібної торгівлі. Завдання маркетингу в сфері роздрібної торгівлі. Класифікація підприємств роздрібної торгівлі: маркетинговий аспект. Завдання маркетингу роздрібної торгівлі. Маркетинг закупівель магазину. Сегментація ринку.

Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі. Суть рекламних засобів. Рекламне повідомлення. Просування продукту та паблісіті. Рекламно-інформаційна підтримка.

Тема 8. Управління комерційною діяльністю підприємства торгівлі

Оптимізація комерційних зв'язків підприємства торгівлі. Структуризація комерційної діяльності підприємства торгівлі. Управління організацією товаропостачання РТМ. Управління торговельно-технологічним процесом підприємства торгівлі. Особливості управління рітейловими мережами. Стимулювання продажів в менеджменті роздрібної торгової організації. Фактори впливу на інноваційність системи управління підприємства торгівлі. Створення організаційних систем управління на основі інноваційних технологій.

Тема 9. Управління товарними запасами підприємства торгівлі

Суть та склад товарних запасів підприємства торгівлі. Показники, що характеризують стан товарних запасів підприємства торгівлі. Фактори, що визначають розмір та швидкість обороту товарних запасів. Стратегія управління товарними запасами підприємства: цілі, вихідні передумови та порядок розробки. Методика аналізу товарних запасів. Нормування та планування товарних запасів. Оперативне регулювання та контроль за утворенням товарних запасів.

Тема 10. Управління товарним забезпеченням обороту підприємства торгівлі

Товарне забезпечення товарообороту в системі управління діяльністю підприємства торгівлі. Форми та механізм формування товарного забезпечення обороту. Вихідні передумови та зміст стратегії формування товарного забезпечення обороту підприємства торгівлі. Аналіз формування товарного забезпечення обороту підприємства торгівлі. Оцінка ефективності комерційних угод із закупівлі товарів.

Тема 11. Управління товарооборотом підприємства торгівлі

Суть товарообороту підприємства торгівлі як економічної категорії та показника діяльності. Класифікація товарообороту підприємства торгівлі та характеристика його окремих видів. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективи розвитку товарообороту підприємства торгівлі. Вихідні передумови та порядок розробки стратегії управління товарооборотом підприємства. Аналіз обсягу та структури товарообороту підприємства. Обґрунтування обсягу товарообороту підприємства на плановий період. Асортиментна політика підприємства торгівлі та методичні основи її розробки.

Тема 12. Управління трудовими ресурсами підприємства торгівлі

Характеристика трудових ресурсів (персоналу) підприємства торгівлі. Вихідні передумови та завдання управління трудовими ресурсами (персоналом) підприємства торгівлі. Продуктивність праці робітників підприємства торгівлі: методи оцінки та резерви зростання. Організація матеріального стимулювання праці робітників підприємства торгівлі. Аналіз формування та використання персоналу підприємства торгівлі. План з праці підприємства торгівлі та методика його розробки.

Тема 13. Управління формуванням та розвитком матеріально-технічних ресурсів підприємства торгівлі

Поняття, оцінка та склад основних засобів підприємства торгівлі. Оцінка та відтворення основних засобів підприємства торгівлі. Аналіз стану та ефективності використання основних засобів підприємства торгівлі. Завдання управління основними засобами підприємства та шляхи їх вирішення. Обігові активи підприємства торгівлі, характеристика їх складу та особливостей кругообігу. Стратегія управління обіговими активами: вихідні умови та порядок

її розробки. Аналіз обігових активів підприємства торгівлі. Планування потреби підприємства в формуванні обігових активів. Управління дебіторською заборгованістю підприємства торгівлі. Управління грошовими коштами підприємства торгівлі.

Тема 14. Управління ефективністю діяльності підприємства торгівлі

Сутність господарських ризиків та їх місце в підприємницькій діяльності. Класифікація та характеристика ризиків, притаманних діяльності підприємства торгівлі. Ризик як об'єкт управління. Стратегія управління ризиком та її обґрунтування. Методичний інструментарій оцінки рівня підприємницького ризику в торгівлі. Основи прийняття управлінських рішень в умовах ризику. Шляхи та заходи щодо мінімізації та профілактики господарського ризику підприємства торгівлі.

Система основних показників діяльності оптових підприємств. Поняття доходу; валовий дохід та основні групи валового доходу підприємства торгівлі; поняття товарообороту підприємства торгівлі; складський і транзитний оптовий товарооборот, загальний та валовий товарооборот.

Діагностика діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Ефект, ефективність; аспекти ефективності системи управління діяльністю суб’єктів торгівлі; умови комплексної оцінки діяльності підприємства торгівлі; загальні та спеціальні показники; елементи основних функцій, що підлягають рейтинговій системі оцінки (елементи функції маркетингу, реалізації, фінансової, кадрової, матеріально-технічної функції, функції менеджменту).

Ефективність діяльності підприємства торгівлі та шляхи її підвищення. Методика формування механізму рейтингової оцінки діяльності структурних підрозділів підприємств торгівлі.

Структура освітнього компонента

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год.
1	2	3
Розуміти суть та зміст управління торговельною діяльністю в Україні; класифікаційні ознаки типів управління підприємствами торгівлі; структуру установчих документів підприємства. Орієнтуватись в установчих документах та їх формуванні.	**Тема 1. Управління торговельною діяльністю як складова сучасного бізнесу** **Лекція № 1** План лекції 1. Поняття, суть та роль торгівлі. 2. Види та функції торгівлі. 3. Позамагазинні форми торгівлі. 4. Особливості функціонування підприємств торгівлі в Україні. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 17-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 1. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Історія розвитку торгівлі. 2. Основні тенденції розвитку торгівлі на сучасному етапі. 3. Мережевий маркетинг. Посилкова торгівля. Електронна торгівля. 4. особливості функціонування підприємств торгівлі України.	7
	Практичне заняття № 1 1. З'ясувати особливості вибору організаційно-правової форми торговельної діяльності. 2. Ознайомитись з установчими документами підприємства. 3. Ознайомитись із процедурою формування установчих документів	2
Розуміти суть державного регулювання торговельної діяльності в Україні. Проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають при провадженні торговельної діяльності	**Тема 2. Державне регулювання діяльності підприємств торгівлі в Україні** **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 13-15. Інтернет-ресурси: 17-33. **Самостійна робота здобувачів** Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 2. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Зміст державного регулювання торгівлі. 2. Принципи державного регулювання сфери торгівлі.	

1	2	3
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 2. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Зміст державного регулювання торгівлі. 2. Принципи державного регулювання сфери торгівлі. 3. Захист прав споживачів в Україні та в економічно розвинутих країнах. 4. Методи державного регулювання товарного обороту. 5. Моністористська концепція державного регулювання торгівлі. 6. Кейнсіанська концепція державного регулювання торгівлі. 7. Товарне квотування. Ліцензування. 8. Державний контроль та нагляд в торгівлі. 9. Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана. 10. Загальні та специфічні принципи здійснення державного контролю та нагляду в торгівлі.	7
	Практичне заняття № 2 1. Ознайомитись з особливостями державного регулювання підприємницької діяльності. 2. Ознайомитись з особливостями самоорганізації суб'єктів торговельного підприємництва. 3. Ознайомитись з особливостями етичної та соціальної відповідальність торговельного підприємництва. 4. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Аналізувати проблеми підприємництва сфери торгівлі щодо стратегічного управління підприємства. Професійно користуватись інструментами та розробляти стратегії розвитку підприємств торгівлі.	**Тема 3. Стратегічне управління підприємством торгівлі** **Лекція № 2** План лекції 1. Теоретичні засади стратегічного управління торговельним бізнесом. 2. SWOT-аналіз як інструмент вибору та розробки стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі. 3. Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства торгівлі. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 11. Інтернет-ресурси: 17-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 3. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Структура стратегічного управління	7

1	2	3
	підприємством торгівлі. 2. Аналіз можливостей і загроз, сильних та слабких сторін підприємства в сфері торгівлі. 3. Вибір стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі. 4. Морфологічна матриця еталонних стратегій забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства торгівлі.	
	Практичне заняття № 3 1. Ознайомитись з особливостями стратегічної сегментації діяльності підприємства. 2. Ознайомитись з особливостями аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства торгівлі. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Розуміти теоретичні засади антикризового управління в діяльності підприємства торгівлі. Передбачати та розпізнавати ризики в господарській діяльності підприємства торгівлі.	**Тема 4. Управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі** **Лекція № 3** План лекції 1. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства. 2. Конкурентне середовище та конкурентні переваги підприємства. 3. Конкурентні стратегії. 4. Конкурентоспроможність товару/підприємства та методи її оцінки. **Рекомендовані джерела:** Основні: 5, 6. Додаткові: 9. Інтернет-ресурси: 16-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 4. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства галузі торгівлі. 2. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності. 3. Менеджмент якості як фундамент забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства. 4. Сучасні інструменти для підвищення ефективності управління торговельною діяльністю.	7
	Практичне заняття № 4 1. Ознайомитись з системою показників оцінки конкурентоспроможності підприємства/товару. 2. Ознайомитись з особливостями аналізу конкурентоспроможності підприємства.	2

1	2	3
	3. Ознайомитись з особливостями аналізу конкурентоспроможності товару. 4. Розв'язання тестів/ситуацій/кейсів.	
Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання щодо особливостей накладання штрафних санкцій щодо суб'єктів оптової торгівлі у разі порушення законодавства України. Розробляти порядок формування та управління асортиментом підприємства торгівлі. Проводити аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ.	**Тема 5. Управління підприємствами оптової торгівлі** **Лекція № 4** План лекції 1. Суть, види та функції оптової торгівлі. 2. Види оптових підприємств та їх класифікація. 3. Місце оптових посередників на товарному ринку. 4. Інструменти продажу в e-commerce. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 16-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 5, 6. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Фактори, що впливають на оптову торгівлю. 2. Засади функціонування підприємств оптової торгівлі. 3. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту підприємства оптової торгівлі. 4. Робота з оптимізації асортименту. 5. Види торговельних майданчиків, особливості їх функціонування.	14
	Практичне заняття № 5 1. Вивчити зміст функцій видів посередників оптової торгівлі. 2. Ознайомитись з особливостями укладання угод (договорів) в оптовій торгівлі.	2
	Практичне заняття № 6 1. Ознайомитись з особливостями накладання штрафних санкцій щодо суб'єктів оптової торгівлі у разі порушення законодавства України. 2. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Адаптуватись у структурі роздрібної торгівлі України; класифікаційних ознаках, видах товарних запасів. Вирішувати проблемні питання, що виникають в	**Тема 6. Управління підприємствами роздрібної торгівлі** **Лекція № 5** План лекції 1. Структура та функції роздрібної торгівлі. 2. Функції роздрібної торгівлі. 2. Система послуг у роздрібній торгівлі як спосіб стимулювання продажу товарів. 3. Методи стимулювання посередників. Етапи процесу стимулювання продажу.	2

1	2	3
діяльності торговельних структур за умов невизначеності та ризиків в сфері роздрібної торгівлі.	**Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 13, 15. Інтернет-ресурси: 16-33.	
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 7, 8. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Чинники, що впливають на розміщення роздрібної мережі. 2. Методи та види стимулювання продажу. 3. Методи стимулювання посередників. 4. Культура торгівлі.	14
	Практичне заняття № 7 1. Вивчити зміст функцій фахівців роздрібної торгівлі. 2. Ознайомитись з особливостями укладання угод (договорів) в роздрібній торгівлі.	2
	Практичне заняття № 8 1. Ознайомитись з особливостями накладання штрафних санкцій щодо суб'єктів роздрібної торгівлі у разі порушення законодавства України. 2. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Розуміти сучасні маркетингові стратегії, технології, засоби інноваційного розвитку підприємства торгівлі. Сегментувати ринок, виконувати аналіз певного стану розвитку споживчого ринку. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками сфери торгілі.	**Тема 7. Управління маркетингом підприємства торгівлі** **Лекція № 6** План лекції 1. Маркетинг оптової торгівлі. 2. Маркетингові рішення та маркетингові стратегії в оптовій торгівлі. 3. Завдання маркетингу в системі оптової торгівлі. 4. Маркетинг роздрібної торгівлі. 5. Маркетинг закупівель магазину. Сегментація ринку. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 16-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 9. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Завдання маркетингу в сфері оптової торгівлі. 2. Завдання маркетингу в сфері роздрібної торгівлі. 3. Просування продукту та пабліситі. 4. Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі.	7

1	2	3
	Практичне заняття № 9 1. Ознайомитись з маркетинговими інструментами, технологіями у роздрібній торгівлі. 2. Ознайомитись з сучасними мерчандайзинговими засобами в роздрібній торгівлі. 3. Ознайомитись з інформаційними технологіями маркетингу підприємств торгівлі в системі B2B та B2C. 4. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Визначати, аналізувати проблеми щодо управління комерційною діяльністю підприємств торгівлі. Орієнтуватись в специфікації до договору постачання або купівлі-продажу товарів.	**Тема 8. Управління комерційною діяльністю підприємства торгівлі** **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 17-33. **Самостійна робота здобувачів** Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 10. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Структуризація комерційної діяльності підприємства торгівлі. 2. Стимулювання продажів в менеджменті роздрібної торгівлі організації. 3. Фактори впливу на інноваційність системи управління підприємством торгівлі.. 4. Створення організаційних систем управління на основі інноваційних технологій. 5. Оптимізація комерційних зв'язків підприємства торгівлі. 6. Управління організацією товаропостачання РТМ. 7. Управління торговельно-технологічним процесом підприємства торгівлі. 8. Особливості управління рітейловими мережами.	7
	Практичне заняття № 10 1. Ознайомитись зі змістом договору на постачання товарів та договору купівлі-продажу. 2. Ознайомитись із специфікацією до договору постачання або купівлі-продажу товарів. 3. Ознайомитись з особливостями складання договору на постачання продукції та специфікації до нього. 4. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2

1	2	3
Розробляти й приймати рішення спрямовані на порядок розрахунку показників товарних запасів підприємства торгівлі. Вирішувати проблемні питання, що виникають при формуванні стратегії управління товарними запасами.	**Тема 9. Управління товарними запасами підприємства торгівлі** **Лекція № 7** План лекції 1. Суть та склад товарних запасів торговельного підприємства. 2. Показники, що характеризують стан товарних запасів. 3. Фактори, що визначають стан, розмір та швидкість обороту товарних запасів. 4. Стратегія управління товарними запасами. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 16-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 11. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Аналіз товарних запасів. 2. Нормування і планування товарних запасів. 3. Методика аналізу товарних запасів. 4. Оперативне регулювання та контроль за утворенням товарних запасів.	7
	Практичне заняття № 11 1. Ознайомитись з основними принципами та вимогами до організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі. 2. Ознайомитись з порядком розрахунку показників товарних запасів підприємства торгівлі. 3. Розв’язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Володіти понятійним апаратом щодо товарного забезпечення обороту та порядку його формування. Застосовувати бізнес-комунікації щодо способів використання тари-обладнання в організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі.	**Тема 10. Управління товарним забезпеченням обороту підприємства торгівлі** **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 16-33.	
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 12. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Оцінка ефективності комерційних угод із закупівлі товарів. 2. Вихідні передумови та зміст стратегії формування товарного забезпечення обороту підприємства торгівлі. 3. Поняття товарного забезпечення обороту та порядок його формування	7

1	2	3
	4. Стратегія управління товарним забезпеченням обороту 5. Аналіз товарного забезпечення та оцінка ефективності комерційних угод із закупівлі товарів 6. Механізм формування товарного забезпечення обороту на перспективу.	
	Практичне заняття № 12 1. Ознайомитись з відмінностями централізованого і децентралізованого методів товаропостачання роздрібної торговельної мережі. 2. Описати способи використання тари-обладнання в організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Розуміти суть товарообороту підприємства торгівлі як економічної категорії та показника діяльності. Аналізувати обсяг та структуру товарообороту підприємства	**Тема 11. Управління товарооборотом підприємства торгівлі** **Лекція № 8** План лекції 1. Суть товарообороту підприємства торгівлі як економічної категорії та показника діяльності. 2. Класифікація товарообороту підприємства торгівлі та характеристика його окремих видів. 3. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективи розвитку товарообороту підприємства торгівлі. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 9-15. Інтернет-ресурси: 16-33.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 13. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Вихідні передумови та порядок розробки стратегії управління товарооборотом підприємства. 2. Аналіз обсягу та структури товарообороту підприємства. 3. Обґрунтування обсягу товарообороту підприємства на плановий період. 4. Асортиментна політика підприємства торгівлі та методичні основи її розробки.	7
	Практичне заняття № 13 1. Вивчити показники щодо оцінювання товарообороту підприємства торгівлі. 2. Ознайомитись з основними факторами, що визначають обсяг, структуру і перспективу розвитку товарообороту підприємства торгівлі. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2

1	2	3
Розробляти заходи матеріального та морального заохочення та застосувати інструменти мотивування персоналу до поставленої мети. Аналізувати особливості формування та використання персоналу підприємства торгівлі	**Тема 12. Управління трудовими ресурсами підприємства торгівлі** **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 8-15. Інтернет-ресурси: 16-33. **Самостійна робота здобувачів** Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 14. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Характеристика трудових ресурсів (персоналу) підприємства торгівлі. 2. Продуктивність праці робітників підприємства торгівлі: методи оцінки та резерви зростання. 3. Організація матеріального стимулювання праці робітників підприємства торгівлі. 4. Вихідні передумови та завдання управління трудовими ресурсами (персоналом) підприємства торгівлі. 5. Аналіз формування та використання персоналу підприємства торгівлі. 6. План з праці підприємства торгівлі та методика його розробки.	7
	Практичне заняття № 14 1. Розробити карту оцінки професійної компетентності управлінського персоналу організації. 2. Оформити контракт з кандидатом на посаду (програма MS Word). 3. Оформити наказ про прийняття на роботу та заповнити розділи трудової книжки (програма MS Word).	2
Аналізувати стан та ефективність використання основних засобів підприємства торгівлі; обігові активи підприємства торгівлі. Розуміти основні завдання служби матеріально-технічного забезпечення підприємства торгівля.	**Тема 13. Управління формуванням та розвитком матеріально-технічних ресурсів підприємства торгівлі** **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-7. Додаткові: 8-15. Інтернет-ресурси: 16-33. **Самостійна робота здобувачів** Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 15. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Оцінка та відтворення основних засобів підприємства торгівлі. 2. Обігові активи підприємства торгівлі, характеристика їх складу та особливостей кругообігу. 3. Стратегія управління обіговими активами: вихідні	7

1	2	3
	умови та порядок її розробки. 4. Аналіз обігових активів підприємства торгівлі. 5. Планування потреби підприємства в формуванні обігових активів. 6. Управління дебіторською заборгованістю підприємства торгівлі. 7. Управління коштами підприємства торгівлі. 8. Поняття, склад основних засобів підприємства торгівлі та показники оцінки. 9. Аналіз стану та ефективності використання основних засобів. 10. Завдання управління основними засобами підприємства та шляхи їх вирішення.	
	Практичне заняття № 15 1. Ознайомитись з джерелами, напрямами, резервами економії матеріальних ресурсів. 2. Вивчити основні завдання служби матеріально-технічного забезпечення підприємства торгівля. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Формувати систему показників, які сприяють ефективності господарської діяльності підприємства торгівлі. Діагностувати ефективність діяльності підприємства торгівлі та оцінювати соціальну ефективність	**Тема 14. Управління ефективністю діяльності підприємства торгівлі** **Рекомендовані джерела:** Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 8-15. Інтернет-ресурси: 16-33. **Самостійна робота здобувачів** Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття№ 16. *Питання, які виносяться на СР:* 1. Система основних показників діяльності підприємств оптової торгівлі. 2. Діагностика діяльності підприємств роздрібної торгівлі. 3. Ефективність діяльності підприємства торгівлі та шляхи її підвищення. 4. Сутність господарських ризиків та їх місце в підприємницькій діяльності. 5. Поняття доходу підприємств торгівлі. 6. Умови комплексної оцінки діяльності підприємства торгівлі. 7. Методика формування механізму рейтингової оцінки діяльності структурних підрозділів підприємств торгівлі. 8. Показники ефективності господарської діяльності підприємства. 9. Оцінка соціальної ефективності.	7

1	2	3
	Практичне заняття № 16 1. Ознайомитись з основними показниками господарської діяльності підприємства сфери торгівлі. 2. Вивчити алгоритм аналізу бізнес-процесу підприємства. 3. Дискусійні питання для обговорення. 4. Розв’язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Індивідуальне завдання		**20**
Разом		**180**

ІІІ. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. *Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л., Вахович І.М. Організація та технологія торгівлі : навч. посіб. Луцьк : «Надстир'я», 2015. 324 с.*

2. *Криковцева Н.О., Козакова О.Б., Саркісян Л.Г. та ін. Комерційна діяльність : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2014. 296 с.*

3. *Мазаракі А.А., Ільченко Н.Б. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.*

4. *Голошубова Н.О. Організація торгівлі : збірник ситуаційних задач, тестів та кросвордів. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 280 с.*

5. Стойко І.І. Шерстюк Р.П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, термінологічний словник, тести). Навч.-метод. посібник. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021 156 с..

6. *Леськів Г.З., Франчук В.І., Левків Г.Я., Гобела В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.*

7. *Шарко В.В., Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Танасійчук А.М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 296 с.*

Додатковий

8. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Нар. укр. акад. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.

9. Дядюк М.А. Ризикостійкість підприємств торгівлі як складова інтегрованої системи ризик-менеджменту. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип. 1. С. 158-168.

10. Мамаєва Г.С. Методичний інструментарій обґрунтування базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2013. № 45. С. 87-94.

11. Понікаров В. Правове забезпечення, організація та захист господарської діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 170 с.

12. Посилкіна О.В., Котлярова В.Г., Гладкова О.В. Економічне управління підприємством : навч. посіб. Харків : НФаУ, 2019. 301 с.

13. Фролова Л.В., Хаврова К.С. Механізм управління поточними витратами торговельних підприємств : монографія : Донецьк : вид-во «Ноулідж», 2010. 211 с.

14. Фролова Л.В., Григораш О.В. Управління економічним потенціалом торговельних підприємств : монографія : Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2013. 201 с.

15. Фролова Л.В., Самусева Л.Ю. Управління рентабельністю в підприємствах ресторанного господарства : монографія : Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2013. 252 с.

Інтернет-ресурси

16. Господарський кодекс України від 10.01.2003 № 436-IV. Дата оновлення: 12.01.2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text.

17. Горбан І.М. Оцінка ефективності управління торговельною діяльністю: методи і інструменти прийняття рішень. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.16. С. 325-331. URL: http://nbuv.gov.ua /UJRN/nvnltu_2013_23.

18. Державна служба статистики України. URL: www. ukrstat.gov.ua

19. Земляков І.С., Пилипчук В.П., Штуль В.П. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю торговельно-посередницьких підприємств. *Стратегія економічного розвитку України*. 2015. № 37. С. 156-165. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2015_37_19.

20. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream /316497/42757/3/281%29.pdf.

21. Лошенюк І.Р. Розвиток маркетингового управління діяльністю торговельного підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2012. Вип. 1. С. 290-294. URL: http://nbuv.gov.ua /UJRN/Vchtei_2012_1_48.

22. Мошек Г.Є., Соломко А.С., Ковальчук М.М. Вплив типів управлінських рішень на ефективність діяльності торговельних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2013. № 5. С. 264-268. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN /binf_2013_5_48.

23. Офіційний сайт Асоціації «Українські Фондові Торговці». URL: http://www.aust.com.ua/About.aspx.

24. Податковий кодекс України від 04.12.2010 № 229, (№ 229-230). Дата оновлення: 07.03.2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

25. Про Антимонопольний комітет України : Закон України від 26.11.93 № 3660-XII. Дата оновлення: 30.06.2021 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua /laws/show/365912.

26. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів : Постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833. Дата оновлення: 13.03.2019 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF.

27. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 26.11.1993 № 50/96-ВР. Дата оновлення від 12.11.2019 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80.

28. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. Дата оновлення: 13.07.2021 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua /laws/show/2210-14.

29. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України від 05.04.2007 р., № 877-V. Дата оновлення: 16.12.2021 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text.

30. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV. Дата оновлення: 05.08.2021 р. URL: https://zakon.rada. gov.ua laws/show/3480-15.

31. Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг : Закон України від 06.02.2003 № 1953-IX. Дата оновлення: 14.12.2021 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text.

32. Шеленко Д.І., Жук О.І., Баланюк С.І. Управління торговельно-біржовою діяльністю. *Інноваційна економіка*. 2016. № 1-2. С. 222-225. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_1-2_38.

33. ТОП-10 маркетплейсів України. URL: https://horoshop.ua/ua/blog/top-10-marketplaces-of-ukraine/