

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності



ЕКОНОМІКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки для практичних занять і самостійного вивчення дисципліни студентами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 "Підприємство, торгівля та біржова діяльність"

УДК 339.18(076)

Затверджено науково-методичною
комісією університету
Протокол № 10 від 18 серпня 2020 р.

Укладачі: Сатир Л.М., доктор екон. наук
Стаднік Л.І., канд. екон. наук
Шевченко А.О., канд. екон. наук
Задорожна Р.П., канд. екон. наук
Кепко В.М., канд. екон. наук
Непочатенко А.В., канд. екон. наук
Василенко О.І.

Економіка і організація торгівлі. Методичні вказівки для практичних занять і самостійного вивчення дисципліни студентами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Л.М. Сатир, Л.І. Стаднік, В.М. Кепко та ін. – Біла Церква, 2020. – 125 с.

Рецензенти: Юхименко П.І. – доктор економічних наук
Вихор М.В. – кандидат економічних наук

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Очікувані результати навчання	5
2 Зміст навчальної дисципліни	7
3 Завдання до практичних занять та самостійної підготовки	11
3.1 Практичне заняття 1. Характеристика організаційних форм торгівлі та розгляд показників її розвитку	11
3.2 Практичне заняття 2. Функції та особливості роздрібно торгівлі	16
3.3 Практичне заняття 3. Функції та особливості оптової торгівлі	23
3.4 Практичне заняття 4. Сутність діяльності оптових посередників	27
3.5 Практичне заняття 5. Визначення техніко-економічних показників	33
3.6 Практичне заняття 6. Формування маршрутів і графіків завезення товарів	41
3.7 Практичне заняття 7. Визначення виду і кількості транспортних засобів при організації перевезень товару	45
3.8 Практичне заняття 8. Правила приймання, розкриття і повернення тари	50
3.9 Практичне заняття 9. Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібно торгівельної мережі	55
3.10 Практичне заняття 10. Форми і методи роздрібного продажу товарів	64
3.11 Практичне заняття 11. Нові форми та механізм позамагазинного продажу товарів	70
3.12 Практичне заняття 12. Особливості організації торгівлі на ринках	75
3.13 Практичне заняття 13. Основні правила торговельного обслуговування покупців	79
3.14 Практичне заняття 14. Форми реалізації реклами торговельного підприємства. Оцінка економічної ефективності реклами	83
3.15 Практичне заняття 15. Умови праці працівників та режим роботи магазину	87
4 Завдання для самостійної роботи	93
5 Питання модульного контролю	102
5.1 Питання модульного контролю 1	102
5.2. Питання модульного контролю 2	103
6 Індивідуальне навчально-дослідне завдання	104
7 Питання підсумкового контролю	121
Список рекомендованих джерел	124

ВСТУП

Однією з найпоширеніших форм підприємництва в Україні є торговельна діяльність. Формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про економіку, організацію і технологію торгових процесів забезпечується в процесі вивчення дисципліни «Економіка і організація торгівлі». Основними завданнями при цьому є набуття компетентностей на основі засвоєння основних теоретичних положень та здобуття необхідних практичних навичок, формування у студентів знань щодо основ організації функціонування підприємств торгівлі, певний рівень економічного мислення, що дасть їм змогу орієнтуватися в конкретних економічних ситуаціях ринку, приймати економічно обґрунтовані господарські рішення.

Практичні заняття незалежно від їх конкретних особливостей значною мірою забезпечують відпрацювання умінь та навичок прийняття практичних рішень у реальних умовах виробництва, що мають в основі теоретичний фундамент. Правильно організовані практичні заняття мають важливе виховне та практичне значення (реалізують дидактичний принцип зв'язку теорії з практикою) і орієнтовані на вирішення наступних завдань:

- поглиблення, закріплення і конкретизацію знань, отриманих на лекціях і в процесі самостійної роботи;
- формування практичних умінь і навичок, необхідних в майбутній професійній діяльності;
- розвиток умінь спостерігати та пояснювати явища, що вивчаються.

Мета курсу – сформувати у студентів знання щодо основ функціонування підприємства торгівлі у ринкових умовах господарювання, певний рівень економічного мислення, що дасть їм змогу орієнтуватися в конкретних економічних ситуаціях ринку, приймати економічно обґрунтовані господарські рішення.

1. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни у здобувача вищої освіти формуються наступні результати навчання:

Стандарт ВОУ 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	Результат навчання, який забезпечує дисципліна «Економіка і організація торгівлі»
РН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.	РН 1.1. Розуміти значення, сутність та функції оптової і роздрібною торгівлі.
	РН 1.2. Знати організаційні основи функціонування торговельних підприємств
	РН 1.3. Вміти здійснювати синтез і аналізувати діяльність торговельних підприємств
РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності.	РН 2.1. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій з виробниками і оптовими посередниками.
	РН 2.2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань зі зберігання товарів на складах.
	РН 2.3. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в роздрібній торгівлі.
РН 5. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.	РН 5.1. Виявляти навички пошуку, самостійного відбору, якісної обробки інформації з різних джерел для формування банків даних щодо ціни, кількості і якості продовольчих товарів.
	РН 5.2. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків щодо асортименту, ціни, кількості і якості непродовольчих товарів.
РН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торгівельній та	РН 14.1. Вміти застосовувати інноваційні підходи при організації товаропостачання.
	РН 14.2. Вміти застосовувати інноваційні

біржовій діяльності.	підходи при організації тварного господарства.
	PH 14.3. Вміти застосовувати інноваційні підходи в роздрібній та інших видах торгівлі.
PH 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх і внутрішніх впливів.	PH 17.1. Мати професійні знання й навички щодо виконання завдань з організації товаропостачання.
	PH 17.2. Вміти вирішувати професійні завдання з організації перевезення товарів та транспортно-експедиційних операцій, праці на складах.
	PH 17.3. Мати навички вирішувати професійні завдання з організації праці в магазинах та процесу роздрібного продажу товарів.
	PH 17.4. Вміти вирішувати професійні завдання з організації позамагазинної торгівлі і торгівлі на ринках.
	PH 17.5. Вміти вирішувати професійні завдання з організації інформаційно-рекламної роботи та торговельного обслуговування покупців.

Кожне практичне заняття корисне тим, що реалізовується шляхом виконання завдань за темою заняття. Це сприяє формуванню професійних компетенцій фахівця з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. Практичні завдання виконуються студентами за формою, яку визначає викладач.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретико-концептуальні аспекти економіки і організації торгівлі

1.1. Значення, сутність та функції торгівлі. Організаційна структура торгівлі та показники її розвитку.

Місце торгівлі в економічній системі. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції. Поняття внутрішньої торгівлі. Основи організації внутрішньої торгівлі. Організаційні форми торгівлі. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України. Інноваційні підходи у торговельній діяльності.

1.2. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі.

Економічна характеристика роздрібно торгівлі. Сутність та функції роздрібно торгівлі. Види та класифікація торговельних об'єктів. Стан розвитку роздрібно торгівлі України. Поняття торговельної організації, торговельної системи. Організаційна структура торговельних підприємств. Організаційна культура. Основні шляхи подальшого розвитку роздрібно торгівлі України.

1.3. Сутність та функції оптової торгівлі. організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі

Економічна характеристика оптової торгівлі. Сутність та функції оптової торгівлі. Основні напрями розвитку оптової торгівлі. Структура оптової торгівлі. Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки. Види оптових підприємств. Класифікація оптових торговельних підприємств. Торгово-технологічні функції оптових торговельних підприємств. Організаційна структура оптових підприємств, роль організаційних підрозділів оптових підприємств в організації торгово-технологічного процесу. Організація оптової торгівлі в країнах ринкової економіки.

1.4. Види оптових посередників та їх функції за умов ринкової економіки.

Посередництво як вид підприємницької діяльності. Роль, функції та класифікація оптових посередників. Види оптових посередників. Агенти, типи агентів, особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю агента, агентський договір. Особливості здійснення операції щодо продажу товарів за участю дистриб'ютора та дилера. Комісійні операції, умови їх здійснення. Консигнація як форма комісійного продажу товарів. Особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю консигнатора. Комівояжер та умови його

діяльності. Організатори оптового обороту, їх роль та функції у формуванні оптового ринку.

1.5. Товарні склади

Товарні запаси. Поняття товарного складу та складського господарства. Роль та функції складів в процесі товарного обігу. Розміщення товарних складів. Класифікація та характеристика товарних складів. Види складських приміщень, їх взаємозв'язок. Суть складського технологічного процесу, принципи його організації та складові частини. Порядок отримання вантажів від органів транспорту. Організація приймання товарів за кількістю та якістю на товарному складі. Розміщення та раціональне зберігання товарів на складі, шляхи скорочення товарних збитків. Організація відбору товарів оптовим покупцем, відпускання товарів зі складу. Техніко-економічні показники використання складів.

1.6. Організація товаропостачання роздрібною торговельною мережі

Товарне забезпечення торговельного підприємства. Значення та завдання товаропостачання роздрібною торговельною мережі. Фактори, що впливають на організацію товаропостачання.

Основні принципи та вимоги до організації товаропостачання роздрібною торговельною мережі. Форми та методи товаропостачання. Транзитна та складська форми товаропостачання, умови застосування. Централізований і децентралізований методи товаропостачання роздрібною торговельною мережі. Формування маршрутів і графіків завезення товарів. Використання тари-обладнання в організації товаропостачання роздрібною торговельною мережі. Управління товаропостачанням роздрібною торговельною мережі.

Інноваційні підходи в організації товаропостачання та тарного господарства.

1.7. Організація перевезення товарів та транспортно-експедиційних операцій

Роль транспорту у перевезенні товарів та його види. Організація управління транспортом. Планування перевезень товарів. Організація перевезення вантажів залізничним та автомобільним транспортом. Особливості організації перевезення товарів водним та авіаційним транспортом. Організація транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі. Особливості організації перевезення товарів водним та авіаційним транспортом. Організація транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі.

1.8. Тара та організація тарного господарства

Поняття упаковки та тари, їх роль в процесі обігу товарів. Вимоги, що висуваються до тари. Класифікація та основні види тари. Стандартизація тари та її основні завдання. Уніфікація тари. Маркування тари, види маркування. Організація

обігу тари в торгівлі. Поняття тарообігу: організація приймання, відкриття, зберігання та повернення тари. Шляхи скорочення витрат та втрат по тарі. Інноваційні підходи при організації товаропостачання та тарного господарства.

Змістовий модуль 2. Практика економіки і організації торгівлі

2.1. Організаційна побудова, розміщення та розвиток роздрібно-торговельної мережі

Роздрібна торговельна мережа, її соціально-економічне значення. Фактори розвитку роздрібно-торговельної мережі. Види роздрібно-торговельної мережі. Спеціалізація, її основні переваги та недоліки. Типізація магазинів, основні типи магазинів. Принципи розміщення роздрібно-торговельної мережі в міській та сільській місцевості. Поняття зони торговельного обслуговування магазину, методи її визначення. Організація фірмової торговельної мережі та її основні напрями розвитку в Україні. Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібно-торговельної мережі.

2.2. Організація процесу роздрібного продажу товарів

Сутність та зміст торгово-технологічного процесу в магазині. Фактори, що впливають на зміст торгово-технологічного процесу в магазині. Принципи організації торгово-технологічного процесу в магазині. Організація приймання та зберігання товарів й тари. Організація продажу товарів за різними формами та методами. Методи активізації роздрібного продажу товарів.

2.3. Позамагазинні форми продажу товарів

Позамагазинні форми продажу товарів, їх соціально-економічне значення. Поняття дрібно-роздрібно-торговельної мережі, її класифікація. Організація пересувної торгівлі. Види пересувної торгівлі: розносна та розвізна торгівля. Порядок продажу товарів через дрібно-роздрібну торговельну мережу. Організація ярмаркової торгівлі. Організація торгівлі поштою. Нові форми позамагазинного продажу товарів: електронна торгівля, продаж товарів на замовлення, продаж товарів через аукціони.

2.4. Організація торгівлі на ринках

Ринки в інфраструктурі внутрішньої торгівлі. Організація торгівлі на ринку. Особливості торгівлі продовольчими товарами на ринку. Особливості торгівлі непродовольчими товарами на ринку. Система послуг у торгівлі на ринках.

2.5. Організація торговельного обслуговування покупців

Система торговельного обслуговування, її сутність, зміст та принципи організації. Характеристика складових системи торговельного обслуговування.

Культура торгівлі та показники її рівня. Зовнішні та внутрішні елементи, що впливають на якість торговельного обслуговування. Якість обслуговування та її оцінка. Психологічні аспекти торговельного обслуговування.

2.6. Організація інформаційно-рекламної роботи в торгівлі

Поняття, завдання реклами. Види реклами. Поняття та завдання торгової реклами. Зовнішня та внутрішня реклама. Рекламні засоби та їх характеристика. Форми реалізації реклами торговельного підприємства: рекламне оголошення, рекламні цикли, рекламна кампанія. Роль та функції внутрішньомагазинної інформації. Організація внутрішньомагазинної реклами та інформації. Рекламно-інформаційне оформлення торговельного залу. Оформлення інтер'єру магазину. Організація та принципи оформлення вітрин. Оцінка економічної ефективності реклами торговельного підприємства

2.7. Організація праці в магазинах і на складах

Трудові ресурси торговельного підприємства. Сутність та особливості організації праці в торгівлі. Предмети та засоби праці. Організація праці на складах. Організація праці в роздрібній торгівлі. Характеристика основних категорій працівників магазину. Організація робочого місця в магазині. Умови праці працівників та режим роботи магазину. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.

3. ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

Практичне заняття 1

Характеристика організаційних форм торгівлі та розгляд показників її розвитку

Мета: Ознайомитись з основними аспектами роботи підприємств торгівлі та розглянути показники їх роботи

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- сутність діяльності «торгівля»;
- місце торгівлі в економічній системі;
- необхідність внутрішньої торгівлі;
- сутність державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.

Ознайомитися:

- з функціями торгівлі;
- з організаційними формам торгівлі;
- з видами та форми на які поділяється торгівля.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання

Завдання 1. Необхідно показати схему складання віртуального бізнес-плану торговельного підприємства.

Розв'язання:

Завдання 2. Визначити купівельні фонди населення міста та місткість ринку за даними:

Грошові доходи населення міста на майбутній рік - 6,7 млн грн;

Нетоварні витрати - 22,3% від грошових доходів населення;

Ступень охоплення купівельних фондів населення товарооборотом - 89%;

Інорайонний попит складе 8% від покупок товарів місцевим населенням;

Продаж товарів організаціям, підприємствам передбачається у розмірі 6,5% місткості ринку.

Розв'язання:

Тестові завдання:

1. Економічна суть торгівлі. Торгівля це:

а) форма товарного обміну;

- б) форма товарного обігу;
- в) самостійний господарюючий суб'єкт з правами юридичної особи;
- г) вид господарської діяльності;
- г) галузь господарювання.

2. Коли виникла торгівля:

- а) при першому великому суспільному розподілі праці;
- б) при другому великому суспільному розподілі праці;
- в) при третьому великому суспільному розподілі праці;
- г) з появою приватної власності;
- г) при капіталістичному способі виробництва.

3. Соціально-економічні форми торгівлі:

- а) державна;
- б) кооперативна;
- в) приватна;
- г) комунальна;
- г) муніципальна.

4. Чи можливий розподіл матеріальних благ без участі торгівлі:

- а) можливий;
- б) неможливий;
- в) розподіл за потребами;
- г) розподіл з урахуванням кількості й якості праці;
- г) розподіл через суспільні фонди споживання.

5. Чим відрізняється товарний обмін від товарного обігу:

- а) це одне і те саме;
- б) це різні економічні категорії;
- в) товарний обмін — це обмін товарів;
- г) товарний обіг — це обмін з наявністю грошей;
- г) товарний обмін і товарний обіг — це торгівля.

6. Товарний обіг здійснюється через:

- а) матеріально-технічне забезпечення;
- б) заготівлі сільськогосподарської продукції і сировини;
- в) закупівлю продукції;
- г) торгівлю товарами народного споживання;
- г) аграрно-промисловий комплекс.

7. Торгівля тісно пов'язана з:

- а) грошовим обігом;
- б) бюджетом;
- в) кредитною системою;
- г) усі відповіді вірні.

8. Що таке стратегія розвитку торгівлі:

- а) удосконалення товарно-грошових відносин;
- б) форма впливу на подальший розвиток торгівлі;
- в) удосконалення розподілу, обміну та споживання;
- г) підвищення ефективності виробництва;
- г) налагодження системи товарно-грошових відносин.

9. Розвиток торгівлі тісно пов'язаний з:

- а) вимогами економічного закону розподілу праці;
- б) можливістю обмінювати грошові доходи на потрібні предмети споживання;
- в) інтересом до праці та підвищенням продуктивності праці;
- г) реалізацією основної частини предметів споживання;
- г) бюджетом і кредитною системою.

10. Якими показниками характеризується торгівля як галузь господарювання:

- а) величиною роздрібного товарообороту;
- б) чисельністю підприємств роздрібно й оптової торгівлі;
- в) чисельністю зайнятих працівників;
- г) середньою заробітною платою;
- г) рівнем рентабельності;
- д) усі відповіді вірні.

11. Органи керівництва торгівлі це:

- а) Кабінет Міністрів;
- б) Міністерство економіки і питань європейської інтеграції;
- в) Департамент з економіки господарської діяльності;
- г) Укоопспілка, конкретне управління;
- г) обласні адміністрації, головне управління.

12. Організаційні форми торгівлі це:

- а) кооперативна, приватна, державна;
- б) колективна, муніципальна, комунальна;
- в) корпоративна, фірмова, торгівля окремих міністерств і відомств;
- г) торгівля на місцевих ринках, універсальних і спеціалізованих підприємствах;
- г) індивідуальна торгівля, торгівля окремих промислових підприємств.

13. Функції торгівлі и товарного обігу:

- а) реалізація вартості та споживчої вартості;
- б) продовження процесу виробництва у сфері обігу;
- в) здійснення обміну товарів на гроші і грошей на товар і налагодження зв'язків із виробництвом;
- г) переміщення товару від виробника до споживача, сортування, пакування, зберігання;
- г) видозмінення абстрактної праці в конкретну щодо споживача;
- д) самостійно сформулюйте і подайте свій варіант.

14. Торгівля як зв'язкова ланка між виробництвом і споживанням здійснює:

- а) збалансування попиту і пропозиції;
- б) збалансування виробництва товарів у відповідному асортименті;
- в) збалансування споживання товарів;
- г) формування інтересу до господарської діяльності;
- г) формування смаків, культури споживання, забезпечення можливості задоволення потреб.

15. Удосконалення взаємовідносин торгівлі з виробництвом відбувається через:

- а) удосконалення товарної пропозиції через розширення асортименту, підвищення якості;
- б) відносне перевиробництво товарів;
- в) формування нових потреб споживачів;
- г) збільшення виробництва напівфабрикатів по відношенню до готової продукції;
- г) збільшення гарантійного строку служби товарів;
- д) усі відповіді вірні.

16. Ринок товарів народного споживання. Товарні ринки як економічна категорія це:

- а) категорія товарного виробництва;
- б) категорія товарів народного споживання;
- в) категорія перехідної економіки;
- г) сфера прояву відносин між виробниками і споживачами;
- г) складова господарського механізму;
- д) самостійно сформулюйте і подайте свій варіант.

17. Який з ринків найбільш наближений до споживача:

- а) ринок засобів виробництва;
- б) ринок товарів народного споживання;
- в) фінансовий ринок;
- г) ринок робочої сили;
- г) ринок інтелектуальної власності та інформації;
- д) самостійно сформулюйте і подайте свій варіант.

18. Характеристика ринку товарних ресурсів:

- а) споживчий ринок наповнений товарами вітчизняного виробництва (співвідношення у відсотках);
- б) споживчий ринок наповнений товарами імпортного виробництва (співвідношення у відсотках);
- в) споживчий ринок наповнений вітчизняними й імпортними товарами (оптимальний варіант у відсотках);
- г) структура ринку товарів за асортиментним складом;
- г) джерела формування ринку товарів;
- д) самостійно сформулюйте і подайте свій варіант.

19. До проблем становлення національного ринку належать:

- а) тяжка спадщина адміністративно-командної системи;
- б) некомплексний підхід до здійснення ринкових перетворень;
- в) відсутність достатнього правового забезпечення;
- г) наявність псевдореформ, які не наближують державу до позитивних ринкових реформ;
- г) національний ринок діє ефективно лише тоді, коли є сприятливі умови для раціональної структури економіки.

20. Споживання:

- а) споживання — це задоволення потреб;
- б) споживання—це процес досягнення мети задоволення фізіологічних потреб;
- в) споживання — це душевний стан, психологія поведінки, ліквідація потреби;
- г) конс'юмеризм;
- г) це процес задоволення потреб матеріальними і духовними благами.

21. Основні тенденції розвитку народного споживання:

- а) зростання обсягів споживання;
- б) зміна структури у бік збільшення частки непродовольчих товарів;
- в) збільшення суспільних фондів споживання;
- г) зміна середньодушового споживання товарів та послуг;
- г) поляризація груп населення за рівнем і структурою споживання.

22. Попит і товарна пропозиція. Попит як форма прояву потреби, як елемент ринку:

- а) попит — це економічна категорія, властива лише товарному виробництву;
- б) попит— це купівельна спроможність населення;
- в) попит — це форма прояву потреби;
- г) товарна пропозиція — це виробництво;
- г) товарна пропозиція — це імпорт;
- д) самостійно сформулюйте і подайте свій варіант.

23. Фактори, що впливають на попит і пропозицію:

- а) цінові і нецінові фактори;
- б) пропорції розвитку народного господарства;
- в) збільшення обсягів випуску продукції;
- г) підвищення технологічного й естетичного рівня продукції;
- г) співвідношення грошових доходів окремих груп населення, рівень бідності;
- д) самостійно сформулюйте і подайте свій варіант.

24. Товарні ресурси предметів споживання це:

- а) виготовлена продукція;
- б) товарні фонди;
- в) товарна пропозиція;
- г) ринкові фонди;

г) місцеві товарні ресурси;

д) товарна продукція для задоволення потреб населення, держави, а також на експорт.

25. При розробці матеріальних балансів у запаси товарів на початок планового періоду включають товари, які знаходяться:

а) на виробничих підприємствах;

б) в дорозі;

в) на складах оптових баз;

г) усі відповіді вірні.

26. Ціна як важіль економічного впливу на розвиток економіки це:

а) грошовий вираз вартості товару;

б) механізм впливу на виробника і споживача;

в) політичний механізм регулювання економіки;

г) елемент конкурентної боротьби;

г) узагальнення витратного механізму.

Практичне заняття 2

Функції та особливості роздрібно́ї торгівлі

Мета: Ознайомитись з основними аспектами роботи підприємств торгівлі та розглянути показники їх роботи

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- суть та зміст торгівлі
- провідні функції торгівлі
- сутність соціальних форми торгівлі
- особливість магазинів роздрібно́ї торгівлі
- суть торговельного підприємництва
- характеристику організаційних форм торгівлі.
- види та форми, на які поділяється внутрішня торгівля

Ознайомитися:

- з торговельними об'єктами та вагомістю розвитку роздрібно́ї торгівлі.
- з функціями, які виконує торгівля
- з особливостями організаційної побудови торгівлі
- з необхідністю організаційної культури на торговельному підприємстві
- з функціональною структурною моделлю торгівлі

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Таблиця 2.5

Соціальна структура сфери внутрішньої торгівлі України
(на початок 2019 р.), %

Показники	Форма власності			
	Державна	Колективна	Приватна	Інші форми
Кількість підприємств				
Основні фонди				
Обігові кошти				
Товарооборот:				
- оптовий				
- роздрібний				

Тестові завдання:

1. При роздрібній торгівлі товари переходять зі:

- а) сфери обігу у сферу споживання;
- б) сфери виробництва у сферу обігу;
- в) сфери виробництва у сферу споживання;
- г) сфери споживання у сферу інвестування.

2. Роздрібна торгівля — це:

- а) будь-яка діяльність із продажу та просування товарів;
- б) будь-яка діяльність із продажу товарів чи послуг безпосередньо кінцевими споживачами для їх особистого використання або з метою подальшого продажу;
- в) будь-яка діяльність із продажу товарів чи послуг безпосередньо кінцевими споживачами для їх особистого використання;
- г) усі відповіді вірні.

3. Роздрібну мережу можна віднести до сфери:

- а) великого бізнесу;
- б) середнього бізнесу;
- в) малого бізнесу;
- г) усі відповіді невірні.

4. Встановлення оптимального асортименту знаходиться у прямій залежності від:

- а) наявності обігових коштів;
- б) типу і спеціалізації торговельного підприємства;
- в) наявності необхідних товарів на ринку;
- г) усі відповіді вірні.

5. Роздрібна торгівля виконує такі основні функції:

- а) формування асортименту товарів і послуг;

- б) консультаційні послуги;
- в) збереження товарів, розміщення їх у торгових залах і встановлення цін;
- г) продаж товарів споживачам через торговельну мережу;
- д) стимулювання збуту;
- е) просування товарів;
- є) усі відповіді правильні.

6. Середній супермаркет пропонує близько:

- 45 тис. найменувань товарів - від більш як 1000 виробників;
- 35 тис. найменувань товарів - від більш як 800 виробників;
- 25 тис. найменувань товарів - від більш як 700 виробників;
- 15 тис. найменувань товарів - від більш як 500 виробників.

7. Роздрібний торговець, це:

- а) фізична особа, яка купує товар у виробника і продає його будь-якому споживачеві;
- б) юридична особа, яка купує товар у оптового продавця і продає його будь-якому споживачеві;
- в) фізична або юридична особа, яка продає товар кінцевому споживачеві;
- г) фізична або юридична особа, яка продає товар будь-якому споживачеві.

8. До форм роздрібно́ї торгівлі можуть належати:

- а) мережева;
- б) споживча;
- в) електронна;
- г) вулична.

9. Пропонують вузький перелік товарів з широким асортиментом у рамках даного переліку:

- а) спеціалізовані магазини;
- б) універмаги;
- в) супермаркети;
- г) невеликі магазинчики.

10. Пропонують декілька різновидів товарів (звичайно це одяг, меблі, інші товари для дому):

- а) спеціалізовані магазини;
- б) універмаги;
- в) супермаркети;
- г) невеликі магазинчики.

11. Невеликі торговельні заклади, торгова площа яких менша від 120 м², що розташовані поблизу житлових кварталів міст, відкриті допізна, працюють без вихідних:

- а) спеціалізовані магазини;
- б) невеликі магазинчики;

- в) магазини, що торгують за зниженими цінами;
- г) магазин «викидних цін».

12. Магазини, що належать приватним підприємцям або є підрозділами великих роздрібних корпорацій, це:

- а) фірмові магазини;
- б) напівзалежні;
- в) незалежні магазини;
- г) оптові/складські клуби.

13. Магазини, які мають 3-5 тис. м² торгової площі і традиційно направлені на задоволення потреб людей у постійних покупках продуктів харчування і інших товарів, це:

- а) супермаркети;
- б) супермагазини;
- в) універмаги;
- г) виставкові зали.

14. Гіпермаркети об'єднують в собі принципи:

- а) супермаркету, магазину знижених цін і оптової торгівлі;
- б) супермаркету, універмагу і оптової торгівлі;
- в) супермаркету, магазину знижених цін і фірмової торгівлі;
- г) супермаркету, виставкового залу і оптової торгівлі.

15. Два або більше магазинів, які мають одного власника і єдиний централізований контролюючий орган, що здійснюють закупівлі товарів і пропонують схожий асортимент продукції, це:

- а) добровільні мережі магазинів;
- б) роздрібні кооперативи;
- в) корпоративні мережі магазинів;
- г) споживні кооперативи.

16. Корпорація довільної форми, яка об'єднує декілька різних форм і напрямів роздрібної торгівлі, це:

- а) торговельні конгломерати;
- б) франчайзингові організації;
- в) корпоративні мережі магазинів;
- г) роздрібні кооперативи

17. Найбільшого поширення франчайзинг набув у сфері:

- а) мотелів;
- б) туристичних агентств;
- в) агентств нерухомості тощо;
- г) усі відповіді вірні.

18. Кіоски, павільйони, ятки, торгові автомати відносяться до об'єктів торгівлі:

- а) стаціонарних;
- б) нестаціонарні;
- в) переносні;
- г) розвізні.

19. Підприємство, це:

- а) самостійний суб'єкт господарювання;
- б) частково самостійний суб'єкт господарювання;
- в) не самостійний суб'єкт господарювання;
- г) усі відповіді вірні.

20. Принцип діяльності підприємства:

- а) обмежений вільний вибір видів діяльності;
- б) частково обмежено право залучення майна і коштів юридичних і фізичних осіб;
- в) самостійна розробка виробничої програми;
- г) обмежене розпорядження прибутком.

21. Види підприємств за формою власності майна є:

- а) спільне;
- б) іноземне;
- в) національне;
- г) приватне.

22. Види підприємств за належністю капіталу є:

- а) індивідуальне;
- б) іноземне;
- в) колективне;
- г) державне комунальне.

23. Види підприємств за правовим статусом і формою господарювання:

- а) приватні;
- б) іноземні;
- в) акціонерні;
- г) сімейні.

24. Для малих підприємств передбачена балансова вартість активів:

- а) до 4 млн. євро, працюючих – до 50 осіб;
- б) до 3,5 млн. євро, працюючих – до 40 осіб;
- в) до 3 млн. євро, працюючих – до 30 осіб;
- г) усі відповіді невірні.

25. Тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення загальної мети:

- а) асоціація;
- б) корпорація;
- в) консорціум;
- г) концерн.

26. Який вид економічної діяльності не відповідає сучасній практиці:

- а) матеріально-технічне забезпечення;
- б) заготівля сільгосппродукції;
- в) торгівля товарами народного споживання;
- г) усі відповіді вірні.

27. Доступність торговельних послуг для всіх категорій споживачів, пріоритетне врахування їх інтересів відноситься до принципу:

- а) організаційно-господарська незалежність;
- б) відкритість;
- в) цивілізованість;
- г) самоокупність.

28. Ефективне функціонування в умовах конкурентного середовища і конкурентної боротьби за умов дотримання антимонопольного законодавства відноситься до принципу:

- а) конкурентоспроможність суб'єктів господарювання;
- б) урегульованість;
- в) контрольованість;
- г) цивілізованість.

29. Державну підтримку торговельної діяльності слід здійснювати шляхом:

- а) фінансування участі у капіталі великих підприємств;
- б) довгострокових інвестиційних проектів, пов'язаних, наприклад, із створенням або збереженням робочих місць;
- в) технічного оснащення об'єктів торгівлі;
- г) усі відповіді вірні.

Практичне заняття 3

Функції та особливості оптової торгівлі

Мета: Ознайомитись з функціями та особливостями оптової торгівлі

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- основні напрями розвитку оптової торгівлі;
- структуру оптової торгівлі;
- особливості оптових торговельних підприємств;
- економічні, організаційні та юридичні ознаки оптових торговельних підприємств.

Ознайомитися:

- з функціями, які виконує оптова торгівля;
- з класифікацією оптових торговельних підприємств;

- з організаційною структурою оптових підприємств;
- з роллю організаційних підрозділів оптових підприємств в організації торгово-технологічного процесу.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Повна собівартість виготовлення кавомолки склала 120 грн. Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%. Визначити оптову та відпускну ціну одиниці виробу; річний прибуток підприємства-виробника, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 17 тис. шт.

Примітка. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

Розв'язання:

Завдання 2. Визначити собівартість одиниці продукції методом обліку повних витрат. При цьому виділити наступні категорії витрат: прямі та непрямі, виробничу собівартість та невиробничі витрати.

Дані для розрахунків на 1 од. продукції, грн:

- матеріальні витрати - 5,3;
- витрати на оплату праці - 8,0;
- амортизація спеціального устаткування - 3,7;
- витрати на управління виробництвом - 4,9;
- інші прямі витрати - 0,7;
- адміністративні витрати - 8,9;
- витрати з утримання та експлуатації основних засобів - 2,6;
- витрати на збут - 3,1;
- інші загальновиробничі витрати - 0,8;
- інші операційні витрати - 1,0;

Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%, ПДВ - 20%.

Визначити оптову та відпускну ціни одиниці продукції для виробника.

Розв'язання:

Тестові завдання:

1. Функціями оптової торгівлі у частині її взаємодії із представниками сфери виробництва є:

- а) постійне і системне вивчення попиту і поточної кон'юнктури всередині окремих сегментів товарного ринку і певних цільових ринків;
- б) активна участь у проектуванні і формуванні виробничого асортименту товарів і послуг;

в) перетворення виробничого великосерійного асортименту в торговельний, адаптований до реальних можливостей наявної роздрібно́ї та дрібно́роздрібно́ї торговельно́ї мережі;

г) здійснення внутрішньоскладських технологічних операцій, супутніх процесу зберігання товарних запасів;

2. Оптова торгівля виконує також низку функцій, спрямованих на обслуговування потреб роздрібних торговельних підприємств та індивідуальних споживачів товарів і послуг. Ці функції передбачають:

а) стимулювання і концентрація підприємницької діяльності всіх форм, видів і різновидів;

б) організація й інвестиційне забезпечення процесу руху щойно виготовлених матеріальних благ зі сфери виробництва внаслідок повсякденного вдосконалення наявних і створення нових каналів товаропросування;

в) організацію своєчасної доставки товарів у роздрібну торговельну мережу;

г) активна участь у проектуванні і формуванні виробничого асортименту товарів і послуг, піднесенні загального рівня якості виготовлюваних матеріальних благ.

3. Форма оптової торгівлі здійснюється товаровиробниками при реалізації власної продукції суб'єктам господарювання для її продажу в роздрібній мережі, це:

а) пряма форма;

б) непряма форма;

в) опосередкована форма;

г) усі відповіді невірні.

4. Опосередкована форма оптової торгівлі здійснюється:

а) суб'єктами господарювання, які набувають право власності на товар;

б) суб'єктами господарювання, які здійснюють реалізацію товару без договору комісії або інших договорів;

в) об'єктами господарювання, які здійснюють реалізацію товару за договором комісії або за іншими договорами;

г) усі відповіді невірні.

5. Оптовими торговельними посередниками можуть бути:

а) об'єкти господарювання, які мають власні або орендовані складські приміщення і здійснюють повний цикл обслуговування партнерів (як постачальників, так і покупців);

б) суб'єкти господарювання, які мають власні або орендовані складські приміщення, але не здійснюють повний цикл обслуговування партнерів (як постачальників, так і покупців);

в) об'єкти господарювання, які не мають власних або орендованих складських приміщень, але здійснюють повний цикл обслуговування партнерів (як постачальників, так і покупців);

г) суб'єкти господарювання, які не мають складських приміщень і надають обмежений набір послуг партнерам (маркетингові, інформаційні, консультаційні послуги, послуги з фасування, підсортування, зберігання, пакування, доставки тощо).

6. Основним суб'єктом підгалузі гуртової торгівлі є:

- а) оптове підприємство;
- б) роздрібне підприємство;
- в) оптово-роздрібне підприємство;
- г) усі відповіді вірні.

7. Оптовим (гуртовим) торговельним підприємством є:

- а) підприємство підгалузі оптової торгівлі, яке не має економічних ознак суб'єкта господарської діяльності;
- б) підприємство підгалузі оптової торгівлі, яке не має організаційних ознак суб'єкта господарської діяльності;
- в) підприємство підгалузі оптової торгівлі, яке має юридичні ознаки суб'єкта господарської діяльності;
- г) усі відповіді вірні.

8. Потужні за обсягами діяльності або провідні в конкретному сегменті товарного ринку суб'єкти оптової торгівлі, що здійснюють оптові операції купівлі-продажу практично в усіх регіонах держави, це:

- а) оптові підприємства національного значення;
- б) оптові підприємства міжрегіонального і регіонального рівня;
- в) оптові підприємства локального значення;
- г) оптові міні підприємства локального значення.

9. За формою власності розрізняють оптові підприємства:

- а) приватні;
- б) колективні, кооперативні;
- в) державні, змішані;
- г) усі відповіді вірні.

10. За своїм місцем у процесі товаропросування оптові торговельні підприємства є:

- а) вихідними;
- б) торговельно-закупівельними;
- в) торговельними;
- г) усі відповіді вірні.

11. Комерційними функціями оптових торговців є:

- а) вивчення кон'юнктури й окремих сегментів фінансового ринку;
- б) планування, організація і проведення роздрібних продаж товарів;
- в) організація товаропостачання і здійснення роздрібного продажу;
- г) оперативне управління товарними запасами.

12. Необхідність оптової торгівлі обумовлена:

- а) наявністю товарно-грошових відносин;
- б) широкою спеціалізацією промислових підприємств;
- в) відсутністю потреби в регіональному збалансуванні попиту і пропозиції;
- г) повільною реалізацією виготовленого товару для відновлення процесу розширеного виробництва і доведення його до кінцевого споживача.

13. Розвиток оптової торгівлі визначається наступними тенденціями в економіці:

- а) зростанням масового виробництва на малих підприємствах, наближених до основних користувачів готовою продукцією;
- б) зменшенням обсягів виробництва продукції про запас, а не для виконання вже укладених конкретних договорів;
- в) зменшенням числа рівнів проміжних виробників і користувачів;
- г) необхідністю пристосовувати товари до потреб проміжних і кінцевих користувачів.

Практичне заняття 4

Сутність діяльності оптових посередників.

Мета: Ознайомитись з основними аспектами роботи посередницького підприємств по оптовій закупівлі і реалізації товарів.

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- сутність посередництва як виду підприємницької діяльності;
- роль та основні функції оптових посередників;
- особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю агента та дистриб'ютора;
- порядок організації оптового обороту.

Ознайомитися:

- з видами оптових посередників;
- з умовами здійснення комісійних та консигнаційних операцій;
- з умовами діяльності комівояжерів.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Розрахувати розмір плати споживачами посередницькому підприємству за розкрій 1т. листової сталі за таких умов:

- цехова собівартість розкрою 1т. сталі 115 тис.грн.;

– питома вага заробітної плати персоналу цеху послуг в цеховій собівартості розкрою 56%;

– рівень загальногосподарчих витрат підприємства оптової торгівлі у відсотках до заробітної плати всього персоналу 35%;

– рентабельність у відсотках до повної собівартості послуг 5%; – податок на додану вартість (суму повної собівартості послуг та прибутку) 20%

Завдання 2. Торгово-посередницька діяльність передбачає оцінювання конкурентів на товарному ринку. Порівняльний аналіз дає змогу визначити основних конкурентів і зробити висновки щодо конкурентоспроможності свого підприємства, перспектив його розвитку. Необхідно:

- визначити показники обігу та стану товарних запасів, обіговість і середній рівень товарних запасів (у днях), частку торгової площі в загальній, товарооборот і товарні запаси в розрахунку на один квадратний метр;

- розрахувати фондвіддачу, фондоозброєність, коефіцієнти зносу, придатності та оновлення основних фондів, коефіцієнт ефективності їх використання;

- виконати порівняльний аналіз показників, визначити сильні і слабкі сторони універмагу № 1.

Інформація для розрахунку показників торговельної діяльності таматеріально-технічної бази універмагів м. Києва у звітному році наведена в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Результати діяльності двох універмагів м. Києва у звітному році, тис. грн

Показник	Універмаг	
	№1	№2
Роздрібний товарооборот, тис. грн.	10980	116270
Середні товарні запаси, тис. грн.	4430	26970
Загальна площа, м ²	7700	21695
Торгова площа, м ²	4342	8000
Чисельність персоналу, осіб.	318	1650
у тому числі торгово-оперативного, осіб.	280	1010
Прибуток від реалізації товарів, тис. грн.	388	9659
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн.	3595	10216
Первісна вартість основних фондів, тис. грн.	6410	17422
Знос основних фондів, тис. грн.	1015	7206
Річна вартість введених у дію основних фондів, тис. грн.	991	1115

Тестові завдання:

1. Комерційне посередництво - відносно новий вид господарських відносин, що виникає на підставі:

- а) агентського договору;
- б) господарського договору;
- в) цивільного договору;
- г) комерційного договору.

2. Посередники – це:

- а) юридичні особи, що представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів;
- б) особи (юридичні або фізичні), що представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів;
- в) особи (юридичні або фізичні), що представляють на ринку інтереси виробників;
- г) особи (юридичні або фізичні), що представляють на ринку інтереси споживачів.

3. Мета посередництва:

- а) деінтегрування економічних інтересів виробників і споживачів;
- б) сполучення господарських інтересів виробників і споживачів;
- в) сполучення фінансових інтересів виробників і споживачів;
- г) інтегрування економічних інтересів виробників і споживачів.

4. Канал товароруку – це:

- а) шлях переміщення товару від покупця до виробника;
- б) шлях переміщення товару від покупця до покупця;
- в) шлях переміщення товару від виробника до покупця;
- г) шлях переміщення товару від виробника до виробника.

5. Вступ виробника продукції у безпосередні відносини з її споживачами, не звертаючись до послуг незалежних посередників, - це:

- а) прямий метод збуту;
- б) непрямий метод збуту;
- в) прямолінійний метод збуту;
- г) зворотний метод збуту.

6. У сфері бізнесу функціонують різні види посередників:

- а) агент, брокер, дилер;
- б) комісіонер, консигнатор, дистриб'ютор;
- в) торговий маклер, посилторговець, комівояжер;
- г) усі відповіді вірні.

7. Агент – це:

- а) фізична особа, яка вчиняє операції або виконує ділові доручення іншої особи (принципала) за його рахунок від його або від свого імені;
- б) фізична або юридична особа, яка вчиняє операції або виконує ділові доручення іншої особи (принципала) за його рахунок від його або від свого імені;

- в) юридична особа, яка вчиняє операції або виконує ділові доручення іншої особи (принципала) за його рахунок від його або від свого імені;
- г) фізична або юридична особа, яка вчиняє операції або виконує ділові доручення іншої особи (принципала) за свій рахунок від його або від свого імені.

8. Брокер – це:

- а) посередник, який сприяє здійсненню угод між зацікавленими сторонами – клієнтами;
- б) посередник, який шукає для покупця товар;
- в) посередник, який шукає для товару покупця;
- г) особа, яка працює на біржі.

9. Дохід брокера, - це:

- а) прибуток;
- б) заробітна плата;
- в) комісійна винагорода;
- г) усі відповіді вірні.

10. Брокер:

- а) вкладає власний капітал під час укладення угоди;
- б) діє від свого імені;
- в) виражає власну волю і власні інтереси;
- г) усі відповіді невірні.

11. Торговий посередник, який продає і купує товари від свого імені, але за рахунок і за дорученням довірителя (комітента) за обумовлену винагороду (комісію), це:

- а) дилер;
- б) брокер;
- в) комісіонер;
- г) агент.

12. Сторона в договорі торгової комісії, від якої виходить доручення на вчинення комісіонером угод, це:

- а) комісіонер;
- б) комітент;
- в) дилер;
- г) брокер.

13. Консигнація – це:

- а) реалізація товару через відділ збуту споживачам;
- б) реалізація товару посередникові з метою наступного продажу його споживачеві;
- в) реалізація товару споживача іншому споживачу;
- г) усі відповіді невірні.

14. Консигнатор – це:

- а) особа, яка виконує взятє на себе зобов'язання з продажу товару іншим особам;

- б) особа, що реалізує товар посереднику з метою наступного продажу його споживачеві;
- в) торговий посередник, який продає і купує товари від свого імені, але за рахунок і за дорученням довірителя (комітента) за обумовлену винагороду (комісію);
- г) сторона в договорі торгової комісії, від якої виходить доручення на вчинення комісіонером угод.

15. Дистриб'ютор – це:

- а) особа, яка виконує взятє на себе зобов'язання з продажу товару іншим особам;
- б) особа, яка купує товар безпосередньо у виробника для подальшого продажу дилера;
- в) реалізація товару посередникові з метою наступного продажу його споживачеві;
- г) сторона в договорі торгової комісії, від якої виходить доручення на вчинення комісіонером угод.

16. Торговий маклер - це:

- а) особа, що не укладає самостійних угод, а лише вказує на можливість їх здійснення, зводить продавця і покупця;
- б) торговий посередник, який продає і купує товари від свого імені, але за рахунок і за дорученням довірителя (комітента) за обумовлену винагороду (комісію);
- в) сторона в договорі торгової комісії, від якої виходить доручення на вчинення комісіонером угод;
- г) особа, що реалізує товар посереднику з метою наступного продажу його споживачеві.

17. Величина маклерського гонорару:

- а) незалежить, як правило, від суми операцій та виплачується і продавцем, і покупцем;
- б) залежить, як правило, від суми операцій та виплачується тільки продавцем;
- в) залежить, як правило, від суми операцій та виплачується тільки покупцем;
- г) залежить, як правило, від суми операцій та виплачується і продавцем, і покупцем.

18. Посилторговець – це:

- а) виробник-оптовик, який займається реалізацією товарів, розсилаючи каталоги потенційним покупцям;
- б) оптовик-посередник, який займається реалізацією товарів, розсилаючи каталоги потенційним покупцям;
- в) оптовик-посередник, який займається виробництвом і реалізацією товарів;
- г) виробник-посередник, який займається виробництвом і реалізацією товарів.

19. Комівояжер – це:

- а) збутовий посередник, який за дорученням підприємства не тільки продає, а й доставляє товар покупцю;
- б) збутовий посередник, який без дорученням підприємства не тільки продає, а й доставляє товар покупцю;

в) збутовий посередник, який без дорученням підприємства тільки продає товар покупцю;

г) збутовий посередник, який за дорученням підприємства тільки продає товар покупцю.

20. Особливість діяльності комівояжера:

а) організація продажу товарів, як правило, вдома в покупців, здійснення післяпродажного обслуговування;

б) роз'їзний характер роботи, формування особистих контактів із клієнтами, постійний пошук нових споживачів;

в) наявність у комівояжера зразків товарів, рекламних проспектів для показу продукції і надання інформації про неї;

г) усі відповіді вірні.

21. Аукціоніст – це:

а) особа, яка присутня на аукціоні;

б) особа, яка проводить аукціон без аукціонних торгів, має відповідні знання та навички;

в) особа, яка проводить аукціон, аукціонні торги, має відповідні знання та навички;

г) особа, яка проводить аукціон, аукціонні торги без відповідних знань та навиків.

22. Мерчендайзер – це:

а) спеціаліст із просування товару в торгових точках роздрібною торгівлі;

б) спеціаліст із просування товару в торгових точках оптової торгівлі;

в) спеціаліст із просування товару в торгових точках оптової і роздрібною торгівлі;

г) збутовий посередник, який за дорученням підприємства тільки продає товар покупцю.

23. Дистриб'ютор:

а) не має права власності на товар;

б) отримує платню у вигляді відсотка від суми угоди (операції);

в) вид сервісу визначається власником;

г) займається рекламою у засобах масової інформації.

24. Агент:

а) встановлює необхідний рівень сервісу;

б) отримує прибуток залежно від обсягу продажу, ціни;

в) не займається рекламою;

г) має склади і товарні запаси.

25. Товарні біржі:

а) організації, що створюються для проведення голосних, закритих торгів, які проходять по спеціально встановленим правилам в заздалегідь визначеному місці і в певний час;

- б) організації, що створюються для проведення голосних, публічних торгів, які проходять по спеціально встановленим правилам в задалегідь визначеному місці і в певний час;
- в) організації, що створюються для проведення голосних, публічних торгів, які проходять без спеціально встановлених правил;
- г) організації, що створюються для проведення закритих торгів, які проходять без спеціально встановлених правил.

26. Аукціон являє собою:

- а) спосіб продажу усіх товарів за цінами, що встановлюються споживачами в результаті торгів;
- б) спосіб продажу деяких товарів за цінами, що встановлюються продавцями в результаті торгів;
- в) спосіб продажу усіх товарів за цінами, що встановлюються продавцями в результаті торгів;
- г) спосіб продажу деяких товарів за цінами, що встановлюються споживачами в результаті торгів.

27. Торговий дім (Будинок торгівлі) – це:

- а) вузькопрофільна організація торгівлі, інтегрована в виробничу, фінансову і зовнішньоекономічну сфери;
- б) багатoproфільна організація торгівлі, інтегрована в виробничу, фінансову і зовнішньоекономічну сфери;
- в) багатoproфільна організація торгівлі, інтегрована у фінансову сферу;
- г) багатoproфільна організація торгівлі, інтегрована у зовнішньоекономічну сферу.

Практичне заняття 5

Визначення техніко-економічних показників використання складів.

Режими зберігання окремих товарів на складах

Мета: Засвоїти визначення техніко-економічних показників використання складів. Вивчити організацію режиму зберігання окремих товарів на складах.

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- організацію процесів приймання товарів на складах торговельних підприємств;
- вимоги, що висувуються щодо організації розміщування товарів на складах;
- умови застосування окремих способів укладання товарів на зберігання, їх переваги і вади;
- методи і способи, якими можна проводити відбір товарів для відпуску їх зі складу;
- поняття «умовами зберігання», «техніка зберігання».

Ознайомитися:

- з поняттям складу та його роллю в процесі товарного обігу;
- з торгово-технологічним процесом складу;
- з факторами, що впливають на раціональну організацію складу;
- з порядком організації приймання товарів за кількістю та якістю на складах.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичне завдання:**Завдання 1.**

Середній термін зберігання вантажів на складі розраховується за формулою:

$$t_{xp}^{cp} = \frac{\sum t_{д}}{\sum Q},$$

де $\sum t_{д}$ - загальна кількість тонно-днів зберігання за період (місяць, рік); $\sum Q$ - загальне кількості вантажу, що пройшов через склад.

$$\sum t_{д} = t_{xp1} * Q_1 + t_{xp2} * Q_2 + t_{xp3} * Q_3 + t_{xp4} * Q_4$$

Завдання 2. За місяць (30 днів) через склад пройшло $\sum Q = 10000$ т вантажу, причому 3000 т зберігалось 10 днів, 2000 т - 5 днів, 4000 т - 8 днів і 1000 т - 7 днів. Отже, загальне число тонно-днів зберігання складе:

$$\sum t_{д} = 10 * 3000 + ? * ? + ? * ? + ? * ? = ?$$

$$\text{Звідки } t_{xp}^{cp} = \frac{\sum t_{д}}{\sum Q} = \frac{?}{?} = ? \text{ днів}$$

Коефіцієнт використання місткості складу розраховується за формулою:

$$K_c = \frac{ET}{\sum t_{д}},$$

де E - ємність складу, т; T - період роботи складу, днів.

Якщо прийняти ємність складу 5267 т, то за результатами роботи складу за місяць

$$K_c = \frac{? * ?}{?} = ?$$

Оборот складу n_0 визначається за формулою:

$$n_0 = \frac{T}{t_{xp}^{cp}} = \frac{?}{?} = ?$$

де T - період роботи складу, днів; t_{xp}^{cp} - середній термін зберігання вантажу на складі.

Пропускна здатність складу характеризує ту кількість вантажу, яке може пройти через склад за певний період (місяць, рік) при максимальному використанні ємності при даній середній тривалості зберігання і розраховується за формулою:

$$P_{\text{скл}} = \frac{ET}{t_{xp}^{cp}} \quad \text{або} \quad P_{\text{скл}} = En_0$$

Тестові завдання:

1. Склад товарний – це:

- приміщення (будівля), призначене для здійснення господарських операцій;
- виокремлене та спеціально обладнане приміщення (будівля), призначене для здійснення складських операцій;
- спеціально обладнане приміщення (будівля), призначене для здійснення господарсько-складських операцій;
- приміщення (будівля), призначене для здійснення господарсько-складських операцій.

2. Функцією складу є:

- отримання товарів від постачальників і контроль за виконанням договорів поставки;
- зберігання товарних запасів;
- накопичення товарних запасів та перетворення товарного асортименту до вимог роздрібною торговельною мережі;

г) усі відповіді вірні.

3. До групи складів за характером виконуваних функцій відносяться склади:

- а) універсальні;
- б) склади гарантійного зберігання;
- в) склади загально товарні;
- г) склади в районі споживання.

4. До групи складів за товарною спеціалізацією відносяться склади:

- а) змішаного асортименту;
- б) дрібнооптові склади-магазини;
- в) склади в районі виробництва;
- г) охолоджувані.

5. До групи складів за умовами зберігання товарів та особливостями технічного спорядження відносяться склади:

- а) загально товарні та спеціальні;
- б) змішаного асортименту;
- в) склади в районі споживання;
- г) неутеплені.

6. До групи складів за місцем розташування в процесі товароруку відносяться склади:

- а) загальнотоварні та спеціальні;
- б) склади в районі споживання;
- в) закриті;
- г) консигнаційні.

7. За розміром корисної складської площі склади є:

- а) малі (до 6 тис. кв. м); середні (6-10 тис. кв. м); великі (понад 10 тис. кв. м);
- б) малі (до 7 тис. кв. м); середні (7-11 тис. кв. м); великі (понад 11 тис. кв. м);
- в) малі (до 8 тис. кв. м); середні (8-12 тис. кв. м); великі (понад 12 тис. кв. м);
- г) малі (до 5 тис. кв. м); середні (6-10 тис. кв. м); великі (понад 11 тис. кв. м).

8. До групи складів за температурним режимом відносяться склади:

- а) утеплені;
- б) закриті;
- в) напівзакриті;
- г) митні ліцензійні склади.

9. До групи складів за організаційними формами управління відносяться склади:

- а) індивідуального користування;
- б) вузькоспеціалізовані;
- в) склади в районі виробництва;
- г) автоматизовані.

10. До групи складів за поверховістю відносяться склади:

- а) індивідуального користування;
- б) спільного користування;
- в) одноповерхові;
- г) загального користування.

11. До групи складів за рівнем механізації технологічних процесів відносяться склади:

- а) прирейкові;
- б) немеханізовані;
- в) пристанські;
- г) портові.

12. До групи складів за формою власності відносяться склади:

- а) спільні;
- б) індивідуального користування;
- в) спільного користування;
- г) загального користування.

13. Оперативні приміщення призначені для:

- а) зберігання порожньої тари, піддонів, контейнерів;
- б) тароремонтні майстерні, лабораторії;
- в) приміщення котельні;
- г) виконання основних технологічних операцій.

14. До допоміжних приміщень відносять приміщення для:

- а) камери для розміщення, укладання і зберігання товарів;
- б) зберігання порожньої тари, піддонів, контейнерів;
- в) експедиції для приймання та відпуску товарів;
- г) сортувальні, комплектувальні.

15. До підсобно-технічних відносяться приміщення для:

- а) машинних відділень, вентиляційних камер;
- б) конторських приміщень;
- в) кімнат для відпочинку персоналу;
- г) санвузлів, душових.

16. До адміністративно-побутових приміщень включають:

- а) конторські приміщення;
- б) приміщення для відпочинку персоналу;
- в) санвузли, душові;
- г) усі відповіді вірні.

17. Вантажна (корисна, площа для зберігання) - це площа зайнята:

- а) під стелажми, піддонами;
- б) складським устаткуванням, призначеним для зберігання товарів;
- в) проходами та проїздами;
- г) усі відповіді вірні.

18. Експедиційна зона - це площі, які призначаються для:

- а) приймання товарів, комплектування партій і маршрутів;
- б) відпуску товарів, комплектування партій і маршрутів;
- в) приймання, відпуску товарів, комплектування партій і маршрутів;
- г) приймання, відпуску товарів без комплектування партій і маршрутів.

19. Сукупність послідовно виконуваних операцій, пов'язаних з підготовкою до приймання і прийманням товарів, це:

- а) технологічний процес на складі;
- б) підготовка товарів до продажу;
- в) організаційний процес на складі;
- г) організаційний процес по прийому товарів на склад.

20. Складські технологічні операції поділяються на:

- а) головні;
- б) основні;
- в) другорядні;
- г) допоміжні.

21. Розпакування, упакування, фасування товарів відноситься до операцій:

- а) основних;
- б) другорядних;
- в) допоміжних;
- г) побічних.

22. Операції з надходження товарів складають:

- а) основну стадію складського технологічного процесу;
- б) початкову стадію складського технологічного процесу;
- в) головну стадію складського технологічного процесу;
- г) допоміжну стадію складського технологічного процесу.

23. До операцій по зберіганню товарів на складах відносяться:

- а) визначення приміщень (площадок) для зберігання;
- б) розміщення товарів на зберігання;
- в) створення і підтримання режиму зберігання;
- г) усі відповіді вірні.

24. Штабельне укладання застосовують для зберігання товарів, які:

- а) зберігаються у розпакованому вигляді;
- б) затарених в ящики, мішки, кіпи, кулі;
- в) зовнішній тарі;
- г) внутрішній тарі.

25. Відпуск товарів зі складу складається з:

- а) документального оформлення відпуску;
- б) відбирання товарів на складах;
- в) транспортування до експедиції і відправлення в роздрібну торговельну мережу;

г) усі відповіді вірні.

26. Товари в експедиції комплектують за маршрутами та адресами покупців на основі графіка, це форма відпуску товарів:

- а) відпуск товарів представнику отримувача на складі;
- б) централізована доставка товарів в роздрібну торговельну мережу;
- в) відвантаження товарів іногороднім ортимувачам залізничним транспортом;
- г) відвантаження товарів іногороднім ортимувачам будь-яким транспортом.

27. Основним завданням роботи з приймання товарів на складах торговельних підприємств є:

- а) контроль за збереженням товарно-матеріальних цінностей;
- б) перевірка виконання постачальниками договірних зобов'язань за кількістю, асортиментом, якістю і комплектністю товарів;
- в) недопущення в торговельну мережу недоброякісних товарів і реалізації товарів, котрі не відповідають за якістю вимогам-стандартів, технічним умовам та ін.;
- г) усі відповіді вірні.

28. Приймання товарів проводиться на складі:

- а) постачальника, вантажовідправника) товарів;
- б) одержувача товарів;
- в) підприємства транспорту-перевізника товарів;
- г) усі відповіді вірні.

29. Основним елементом процесу приймання всіх товарів є:

- а) попереднього приймання товарів за кількістю вантажних місць і масою, а незатарених товарів - за кількістю та якістю;
- б) перевірка відповідності найменування товарів і маркування даним супровідних документів;
- в) залучення до робіт з перевезення товарів експедиторів торговельного підприємства і надання їм матеріальної відповідальності;
- г) завантажування прийнятих товарів на автомобільний транспорт і завезення їх на склади торговельного підприємства.

30. Приймання товарів на складі постачальника (виробника) товарів або від підприємств транспорту ускладнює схему приймання товарів, оскільки потребує виконання операцій:

- а) ознайомлення з транспортними і супровідними документами і перевірка правильності їх оформлення;
- б) перевірка відповідності найменування товарів і маркування даним супровідних документів;
- в) перевірка кількості місць, стану тари й упаковки;
- г) розвантажування та остаточного приймання товарів у транспортній тарі на складі.

31. Приймання товарів у тарі проводиться у:

- а) один етап;
- б) два етапи;
- в) три етапи;
- г) чотири етапи.

32. Вид приймання товарів з іншого населеного пункту за якістю:

- а) не пізніше від 10 днів після надходження товарів на склад покупця;
- б) при розкритті вагона, контейнера та ін.;
- в) не пізніше від: 20 днів після надходження товарів на склад покупця;
- г) не пізніше від 15 днів після надходження товарів на склад покупця.

33. При прийманні вантажу від підприємств транспорту підприємство-одержувач зобов'язане перевірити стан збереження вантажу, зокрема:

- а) здійснити підрахунок кількості тарних місць, визначення маси бруто;
- б) звірити відповідність найменування вантажу і транспортного маркування на кожному тарному місці даним транспортного документа;
- в) здійснити звірення з транспортними та супровідними документами;
- г) здійснити укладання товарів на підгони.

34. Посвідчення представника громадськості, призначеного для участі в прийманні товарів, має містити такі дані:

- а) дата видачі посвідчення та його номер; його прізвище, ім'я, по-батькові, місце роботи і посада особи, якій видане посвідчення;
- б) зазначення конкретного товару (партії товарів), у прийманні якого уповноважений брати участь представник;
- в) дата і номер рішення профспілкового комітету, котрим призначений даний представник громадськості для участі в прийманні партії товарів;
- г) усі відповіді вірні.

35. В акті про виявлення розбіжностей за кількістю товарів під час приймання зазначаються:

- а) дані про осіб, котрі брали участь у прийманні товарів, їх посвідчення;
- б) зазначення конкретного товару (партії товарів), у прийманні якого уповноважений брати участь представник;
- в) найменування товарів, дата і номер рахунка-фактури або номер транспортного документа, якщо до моменту виклику рахунок не отриманий;
- г) зазначення конкретного товару (партії товарів), у прийманні якого уповноважений брати участь представник.

36. Маркування повинно містити:

- товарний знак підприємства (вензель, рисунок);
- найменування підприємства;
- номер стандарту чи ТУ
- г) усі відповіді вірні

37. У повідомленні про виклик представника вказується:

- а) зазначення конкретного товару (партії товарів), у прийманні якого уповноважений брати участь представник;
- б) найменування товарів, дата і номер рахунка-фактури або номер транспортного документа, якщо до моменту виклику рахунок не отриманий;
- в) зазначення конкретного товару (партії товарів), у прийманні якого уповноважений брати участь представник;
- г) кількість товарів неналежної якості або некомплектних товарів;

38. В акті про фактичну якість і комплектність товарів зазначаються:

- а) основні виявлені недоліки;
- б) найменування й адреси одержувача, виробника (відправника) чи постачальника товарів;
- в) кількість товарів неналежної якості або некомплектних товарів;
- г) час, на який призначене приймання (в межах встановленого для приймання терміну), місце його проведення.

39. Основні вимоги до зберігання товарів на складах передбачають:

- а) створення оптимального режиму зберігання;
- б) спостереження і поточний догляд за товарами.
- в) вибір раціонального способу укладання товарів на зберігання;
- г) усі відповіді вірні

40. Технологічний процес зберігання товарів включає в себе такі основні етапи:

- а) розміщення товарів на зберігання відповідно до даної схеми;
- б) дотримання певного порядку розміщення товарів;
- в) вибір раціонального способу укладання товарів на зберігання;
- г) забезпечення відбору товарів з місць зберігання в порядку їх надходження;

Практичне заняття 6

Формування маршрутів і графіків завезення товарів.

Мета: Ознайомитись з формуванням маршрутів і графіків завезення товарів.

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- суть і якими є завдання процесу товаропостачання;
- форми товаропостачання застосовуються у торговельній практиці;
- методи товаропостачання можуть застосовуватись у практиці вітчизняної торгівлі і якими є їх основні переваги та вади;
- порядок розробки графіків під час проектування системи товаропостачання роздрібною торговельною мережею;
- суть індустріальних технологій товаропостачання.

Ознайомитися:

- з вимогами, що ставляться до організації товаропостачання в сучасних умовах;
- з порядком визначення потреби і подання замовлень на завезення товарів;
- з можливими варіантами технологій товаропостачання.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Визначити план надходження товарів до магазину на плановий рік, виходячи із наступних даних:

1. Очікуваний товарообіг поточного року 2200 тис. грн;
2. В плановому році передбачається, що товарообіг зросте на 4%;
3. Норматив товарних запасів на 4 квартал планового року – 25 днів;
4. Питома вага 4 кварталу в обсягу планового року складе – 26%;
5. Очікувані запаси на початок планового року – 950 тис. грн;
6. Природні втрати товарів планується у розмірі – 0,2 % від річного обсягу товарообігу.

Розв'язання:

Тестові завдання:

1. Приймання товарів — це:

- а) робота з перевірки кількості та якості отриманих товарів, оформлення їх приймання відповідними документами та оприбуткування товарів на складі.
- б) комплекс робіт з перевірки кількості та якості отриманих товарів, оформлення їх приймання відповідними документами та оприбуткування товарів на складі.
- в) комплекс робіт з перевірки кількості та якості відпущених товарів, оформлення їх відпуску відповідними документами
- г) робота з перевірки кількості та якості відпущених товарів, оформлення їх відпуску відповідними документами

2. Основним завданням роботи з приймання товарів на складах торговельних підприємств є:

- а) перевірка виконання постачальниками договірних зобов'язань за кількістю, асортиментом, якістю і комплектністю товарів;
- б) недопущення в торговельну мережу недоброякісних товарів і реалізації товарів, котрі не відповідають за якістю вимогам стандартів, технічним умовам та ін.;
- в) пред'явлення до постачальників (виробників) майнових претензій за неналежне виконання ними умов договорів.
- г) усі відповіді вірні

3. На організацію товаропостачання не впливає суб'єктивний фактор, зокрема:

- а) рівень управління процесом товаропостачання;
- б) кваліфікація працівників, які визначають потребу в товарах;
- в) достовірність комерційної інформації.
- г) організація бухгалтерського обліку

4. До групи виробничих факторів відносять:

- а) розвиток і розташування виробництва,
- б) стан доріг,
- в) наявність транспортних зв'язків між магазинами та джерелами постачання
- г) усі відповіді вірні

5. До транспортних факторів відносять:

- а) спеціалізація виробництва,
- б) наявність сировинної бази,
- в) наявність достатнього асортименту і запасів готової продукції у постачальників
- г) наявність транспортних зв'язків між магазинами та джерелами постачання

6. До торговельно-організаційних факторів належать:

- а) найменші транспортні витрати;
- б) площі торговельних залів і складських приміщень,
- в) сезонність виробництва та споживання;
- г) забезпечення підсортування товарів;

7. Фактори, що впливають на вибір форм товаропостачання:

- а) рівень управління процесом товаропостачання;
- б) кваліфікація працівників, які визначають потребу в товарах;
- в) швидкість оборту товарів;
- г) контроль за збереженням товарно-матеріальних цінностей;

8. Раціональна організація товаропостачання ґрунтується на додержанні таких основних вимог:

- а) завезення товарів у роздрібні торговельні підприємства відповідно до обсягів та структури попиту населення і змін кон'юнктури торгівлі;
- б) контроль за збереженням товарно-матеріальних цінностей;
- в) перевірка виконання постачальниками договірних зобов'язань за кількістю, асортиментом, якістю і комплектною товарів;
- г) недопущення в торговельну мережу недоброякісних товарів і реалізації товарів, котрі не відповідають за якістю вимогам стандартів, технічним умовам та ін.;

9. На організацію товаропостачання впливають суб'єктивні фактори, зокрема:

- а) найменші транспортні витрати;
- б) сезонність виробництва та споживання;
- в) рівень управління процесом товаропостачання;
- г) забезпечення підсортування товарів;

10. Організація товаропостачання базується на таких принципах:

- а) економічність постачання
- б) оперативність постачання
- в) безперебійність постачання
- г) усі відповіді вірні

11. Передбачення здійснення постачання за графіками, що визначають частоту та періодичність завезення товарів в роздрібну торговельну мережу, це:

- а) ритмічність постачання
- б) планомірність постачання
- в) оперативність постачання
- г) безперебійність постачання

12. Передбачення завезення товарів у роздрібну торговельну мережу з періодичністю, що відповідає динаміці роздрібною продажу товарів (зміни попиту, моди, пори року та ін.), це:

- а) економічність постачання
- б) безперебійність постачання
- в) оперативність постачання
- г) ритмічність постачання

13. Передбачення мінімізації коштів на організацію закупівель, завезення і зберігання товарів, це:

- а) планомірність постачання
- б) ритмічність постачання
- в) безперебійність постачання
- г) економічність постачання

14. Основними елементами процесу приймання всіх товарів є:

- а) залучення до робіт з перевезення товарів експедиторів торговельного підприємства і надання матеріальної відповідальності;
- б) завантажування прийнятих товарів на автомобільний транспорт і завезення їх на склади торговельного підприємства;
- в) розвантажування та остаточного приймання товарів у транспортній тарі на складі.
- г) перевірка відповідності найменування товарів і маркування даним супровідних документів;

15. Приймання товарів, що швидко псуються, як за масою нетто і кількістю товарних одиниць, так і за якістю має бути проведене не пізніше:

- а) 20 годин після їх отримання;
- б) 14 годин після їх отримання;
- в) 24 годин після їх отримання;
- г) 28 годин після їх отримання.

16. З урахуванням порядку завезення товарів у роздрібну торговельну мережу розрізняють форми товаропостачання:

- а) транзитну і складську;
- б) централізовану і децентралізовану;
- в) пряму і непрямую;
- г) пряму і ланцюгову.

17. Яка форма товаропостачання передбачає завезення товарів безпосередньо від їх виробників у роздрібну торговельну мережу, оминаючи склади роздрібних торговельних підприємств:

- а) централізовану;
- б) транзитна;
- в) складська;
- г) децентралізовану.

18. Товаропостачання магазинів з власних складів роздрібних торговельних підприємств передбачає:

- а) транзитна;
- б) складська;
- в) централізована;
- г) децентралізована.

19. У процесі товарообігу основними функціями тари й упаковки товарів є:

- а) охорона товару від шкідливого впливу зовнішнього середовища і забезпечення умов для збереження кількості і якості товарів на всьому шляху їх руку від виробника до споживача;
- б) охорона зовнішнього середовища від впливу упакованої продукції (товару);
- в) запобігання крадіжкам товарів;
- г) усі відповіді вірні.

20. Класифікація тари проводиться за низкою ознак, основними з яких є:

- а) стійкість до внутрішніх механічних впливів;
- б) кратність використання;
- в) запобігання крадіжкам товарів;
- г) усі відповіді вірні.

Практичне заняття 7

Визначення виду і кількості транспортних засобів при організації перевезень товару.

Мета: Ознайомитися з визначення виду і кількості транспортних засобів при організації перевезень

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- визначення транспорту, його види;
- особливості перевезення водним транспортом;
- особливості перевезення авіаційним транспортом;

- характеристику організації перевезень вантажів автомобільним транспортом.

Ознайомитися:

- з методикою аналізу транспортно-експедиційних операцій;
- з видами перевезення вантажів залізницею;
- з методикою аналізу технологічного процесу перевезення вантажів залізницею.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Обсяг перевезень 1500 т; ціна 1 т вантажу – 250 грн. Транспортний тариф (з урахуванням витрат на зберігання вантажу в дорозі) на автомобільний транспорт 20 грн, а на повітряний – 80 грн за 1 т вантажу; додаткові транспортні витрати при перевезенні літаком – 100 000 грн. Середній запас на складі при використанні автомобільного транспорту 1200 т, а при використанні повітряного транспорту – відсутній. Норма витрат на утримання складських запасів – 30%. Визначити оптимальний варіант перевезень.

Розв'язання:

Завдання 2. Транспортні послуги пропонують дві фірми "Укртранс" та "Алексавто". Оберіть найбільш привабливого перевізника. Критерієм вибору є вартість подачі транспортних засобів до місця завантаження (її слід визначити для обох фірм).

Вихідні дані:

- 1) тариф за подачу транспорту до місця завантаження становить у фірми "Укртранс" 2 грн/км, а у "Алексавто" – 1,5 грн/км;
- 2) загальний обсяг перевезень становить 21 000 т;
- 3) вантажопідйомність автомобілів обох фірм – 15 т;
- 4) відстань між замовником і транспортним підприємством "Укртранс" – 12 км; відстань між замовником і транспортним підприємством "Алексавто" – 20 км.

Розв'язання:

Завдання 3. Здійснити розрахунок повних транспортних витрат (включають витрати на подачу транспортних засобів, здійснення перевезень та перевалку вантажу).

Вихідні дані:

- транспортний тариф – 5 грн/т;

- загальний обсяг перевезень – 20 000 т;
- тариф за подачу транспорту до місця завантаження – 2 грн/км;
- вантажопідйомність автомобіля – 15 т;
- відстань між замовником і транспортним підприємством – 20 км;
- тарифна вартість перевалки вантажу – 30 грн/т.

Розв'язання:

Тестові завдання:

1. Транспорт — це:

- а) одна з галузей виробничої сфери економіки;
- б) одна з галузей надання послуг сфери економіки;
- в) одна з галузей обслуговування сфери економіки;
- г) усі відповіді вірні.

2. Питання, пов'язані з діяльністю транспорту в Україні, регулюються:

- а) Законом України «Про транспорт»;
- б) Законом України «Про автомобільний транспорт»;
- в) Законом України «Про залізничний транспорт»;
- г) усі відповіді вірні.

3. Послугуватися переважно для дальніх і масових перевезень практично всіх видів продукції і товарів народного споживання рекомендується:

- а) морським транспортом;
- б) залізничним транспортом;
- в) річковим;
- г) автомобільним.

4. Послугуватися для здійснення термінових перевезень вантажів, особливо у важкодоступні райони

- а) автомобільним транспортом;
- б) трубопровідним транспортом;
- в) річковим транспортом;
- г) авіаційним транспортом.

5. Розгорнутий перелік операцій, що належать до транспортно-експедиційного процесу, включає зокрема такий вид роботи:

- а) підготовка товарів до перевезення (пакування, маркування, сортування вантажів, їх пакування і зберігання до моменту відвантаження тощо);
- б) оформлення перевезення, перевірка транспортних і супровідних документів;
- в) здійснення розрахунків за виконані перевезення;
- г) усі відповіді вірні.

6. Основними операторами, які здійснюють транспортно-експедиційне обслуговування, є підприємства:

- а) авіаційним транспортом;

- б) автомобільного транспорту;
- в) річковим;
- г) усі відповіді вірні;

7. Домінуючу роль в управлінні транспортом відведено:

- а) Міністерство інфраструктури України;
- б) Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України;
- в) Державна служба України з безпеки на транспорті;
- г) Державне агентство автомобільних доріг.

8. Залізничний вокзал є складовою:

- а) вантажної станції;
- б) сортувальної станції;
- в) пасажирської станції;
- г) усі відповіді вірна.

9. Станції об'єднуються у:

- а) бригаду;
- б) відділення;
- в) управління;
- г) залізницю.

10. Нині в Україні існують:

- а) 4 залізниці;
- б) 5 залізниць;
- в) 6 залізниць;
- г) 7 залізниць.

11. Нині в Україні існує залізниця:

- а) Київська;
- б) Подільська;
- в) Львівська;
- г) Харківська.

12. У сфері транспортування розробляється:

- а) стратегічний план;
- б) тактичний план;
- в) оперативний план;
- г) усі відповіді вірні.

13. Маршрути поділяються на:

- а) прямі і непрямі;
- б) маятникові і кільцеві;
- в) прямі і зворотні;
- г) розвізно-збірний маршрут.

14. Робота з організації перевезень на залізниці покладена на спеціальну службу залізниці:

- а) товарні контори станцій;
- б) товарні каси;
- в) багажні (вантажні) двори;
- г) усі відповіді вірні.

15. Основним перевізним документом при залізничному перевезенні є:

- а) товаро-транспортна накладна;
- б) вимога-накладна на залізничному транспорті;
- в) дорожня відомість на перевезення вантажу;
- г) транспортна залізнична накладна.

16. За видами відправлення, тобто з урахуванням розміру партії, що відправляється по залізниці, виділяють перевезення:

- а) дрібними відправленнями;
- б) середніми відправленнями;
- в) крупними відправленнями;
- г) усі відповіді вірні.

17. Коли партія вантажу, пред'явлена за однією залізничною накладною, для перевезення якої надається окремий вагон, це:

- а) дрібні відправлення;
- б) вагонні відправлення;
- в) контейнерні відправлення;
- г) усі відповіді вірні.

18. Коли швидкість перевезення залежить від розкладу руху конкретного пасажирського поїзда, це залізничні перевезення:

- а) вантажною швидкістю;
- б) великою швидкістю;
- в) багажною швидкістю;
- г) усі відповіді вірні.

19. За несвоєчасну доставку вантажів і порожніх вагонів, що належать замовникам залізниця сплачує штраф (якщо не доведе, що прострочення сталося не з її вини) у розмірі за прострочення на 3 доби:

- а) 10%;
- б) 20%;
- в) 30%;
- г) 40%.

20. Операція з прибуття вантажу це:

- а) повідомлення вантажоодержувача про прибуття вантажу на його адресу;
- б) оформлення документів на право одержання вантажів;
- в) приймання вантажу від транспортного підприємства;
- г) усі відповіді вірні.

21. Залізнична станція повинна повідомити вантажоодержувача про прибуття вантажу на його адресу в той самий день, але не пізніше від

- а) 10 год.;
- б) 12 год.;
- в) 20 год.;
- г) 24 год..

22. Комерційний акт складається у випадках, якщо:

- а) вантажі прибули без документів;
- б) немає пломб;
- в) вагон або контейнер пошкоджений;
- г) виявлене витікання у вагоні.

23. Акт загальної форми складається у випадках, якщо:

- а) немає супровідних документів;
- б) вагон або контейнер пошкоджений;
- в) вантаж зіпсований або пошкоджений;
- г) усі відповіді вірні.

Практичне заняття 8

Правила приймання, розкриття і повернення тари

Мета: Ознайомитися з Правилами приймання, розкриття і повернення тари

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- існуючі види тари у виробництві, транспортуванні товарів;
- функції, що виконують упакування і тара в торгово – технологічному процесі;

- ознаки, по яких відбувається класифікація тари;
- суть стандартизації тари;
- суть уніфікації тари;
- показник, який є найбільш важливим для різних видів тари;
- види, на які підрозділяють тару в залежності від матеріалу

виготовлення.

Ознайомитися:

- з вимогами, що пред'являються до тари;
- з відмінністю транспортної тари від споживчої;
- з поняттям «упакування»;
- з поняттям «тара – устаткування»;
- з поняттям «універсальна тара».

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне

забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання

Потреба в тарі визначається окремо від тари, котру отримують зі сторони у готовому вигляді, та тари, виробленої на місці (підприємстві, посередником). Коли тару отримують зі сторони у готовому вигляді, потреба її визначається за формулою:

$$m = \frac{Q_{\text{пр}}}{n},$$

де $Q_{\text{пр}}$ — кількість продукції, котру потрібно затарити, кг;

n — кількість продукції, що укладається в одиницю тари, кг.

Коли тара виробляється на місці, потреба в тарних та пакувальних матеріалах розраховується таким чином:

$$Q = \frac{Q_{\text{пр}}}{n \cdot k} \cdot q_n$$

де k — коефіцієнт, враховуючий багаторазовий обіг тари;

q_n — норма витрат тарних та пакувальних матеріалів на одиницю тари.

Норма витрат матеріалів на виробництво одиниці тари залежить від технології виробництва, виду та сорту сировини, розмірів, конструкції виготовленої тари.

Завдання 1. На оптовий склад торговельної мережі планується надходження 5 тис. штук яєць. В одній паперовому лотку вміщується 30 штук яєць. Необхідно визначити скільки потрібно закупити паперових лотків.

Тестові завдання

1. Пакування є складовою частиною процесу:

- постачання;
- виробництва;
- реалізації;
- усі відповіді вірні.

2. У процесі товарообігу основною функцією тари й упаковки товарів є:

- створення необхідних умов для полегшення кількісного обліку товарів завдяки формуванню товарних одиниць за габаритами і масою;
- створення зручностей споживачам щодо придбання та використання придбаних упакованих товарів;
- запобігання крадіжкам товарів;
- усі відповіді вірні.

3. Виготовлення тари з уніфікованих деталей передбачено:

- технічними вимогами до тари;

- б) економічними вимогами до тари;
- в) санітарно-гігієнічними вимогами;
- г) усі відповіді вірні.

4. Забезпечувати захист товарів від пошкоджень під час перевезення і зберігання передбачено:

- а) технічними вимогами до тари;
- б) економічними вимогами до тари;
- в) санітарно-гігієнічними вимогами;
- г) усі відповіді вірні.

5. Привабливий зовнішній вигляд тари передбачено:

- а) санітарно-гігієнічними вимогами;
- б) естетичними вимогами;
- в) економічними вимогами;
- г) технічними вимогами.

6. Мішки, що були в користуванні, сухі, неприлі, що потребують не більше ніж 3 латки чи заштопаних місця відносяться до категорії:

- а) I;
- б) II;
- в) III;
- г) IV;

7. Функціонально самостійний виріб, який містить раціональний за обсягом використання споживчий запас, це

- а) споживча тара;
- б) транспортна тара;
- в) тара-обладнання;
- г) механічна тара.

8. Тара, в яку розфасовують товари для доставки і продажу споживачам, це:

- а) споживча тара;
- б) транспортна тара;
- в) тара-обладнання;
- г) механічна тара.

9. Самостійна транспортна одиниця, в яку затарюють різноманітні товари, це:

- а) споживча тара;
- б) транспортна тара;
- в) тара-обладнання;
- г) механічна тара.

10. Технічний засіб, призначений для укладання, транспортування, зберігання і продажу з нього населенню товарів за методом самообслуговування, це:

- а) споживча тара;
- б) транспортна тара;

- в) тара-обладнання;
- г) механічна тара.

11. Найбільш розповсюдженою на сьогодні є

- а) картонна тара;
- б) паперова тара;
- в) скляна;
- г) дерев'яна тара.

12. Паперова і картонна тара (ящики, коробки, пакети, мішки) дуже широко використовується в торгівлі країн:

- а) Європи;
- б) Африки;
- в) Південної Америки;
- г) усі відповіді вірні.

13. Для упакування насипних товарів застосовують:

- а) бітумовані мішки;
- б) дубльовані мішки;
- в) вологостійкі паперові мішки;
- г) усі відповіді вірні.

14. Для перевезення і зберігання товарів зі специфічними властивостями - рідких, легких, вогнебезпечних використовується:

- а) керамічна тара;
- б) полімерна тара;
- в) металева тара;
- г) скляна тара.

15. Дерев'яні і металічні ящики і бочки, скляна тара, це:

- а) жорстка тара;
- б) напівжорстка тара;
- в) м'яка тара;
- г) усі відповіді вірні;

16. Модулем уніфікації для транспортної тари прийнятий міжнародний плоский піддон розміром:

- а) 800 x 1000 мм.;
- б) 800 x 1200 мм.;
- в) 600 x 1200 мм.;
- г) 1000 x 1000 мм..

17. Наочні стандарти на тару для конкретних видів продукції (товару) відносяться до:

- а) I групи;
- б) II групи;
- в) III групи;

г) IV групи.

18. На ступінь використання транспортних засобів і складських приміщень вказує:

- а) коефіцієнт заповнення;
- б) коефіцієнт використання;
- в) коефіцієнт упакованості;
- г) коефіцієнт складування.

19. Про ступінь використання піддону свідчить:

- а) коефіцієнт пакетування;
- б) коефіцієнт використання;
- в) коефіцієнт упакованості;
- г) коефіцієнт складування.

20. Мішки тканинні з-під цукру залежно від якості підрозділяють на:

- а) 2 категорії;
- б) 3 категорії;
- в) 4 категорії;
- г) 5 категорій.

21. Мішки тканинні з-під хлібопродуктів і насіння сільськогосподарських культур за якістю діляться на:

- а) 2 категорії;
- б) 3 категорії;
- в) 4 категорії;
- г) 5 категорій.

22. Маркування, що характеризує тару, виготівник наносить на ящиках в:

- а) лівому верхньому кутку стінки торця;
- б) правому верхньому кутку стінки торця;
- в) лівому нижньому кутку стінки торця;
- г) правому нижньому кутку стінки торця.

23. Витрати за операціями з тарою включають:

- а) витрати з доставки, навантаження і вивантаження порожньої тари;
- б) витрати, пов'язані з ремонтом, очищенням, дезинфекцією;
- в) інші витрати, які не є результатом безгосподарності;
- г) усі відповіді вірні.

24. До організаційно-технічних заходів належать:

- а) суворе дотримання всіх умов договору поставки по тарі;
- б) економічний аналіз всіх витрат і втрат окремо по кожному виду тари, розробка заходів по зниженню втрат по тарі;
- в) своєчасний облік тари, дотримання договірних зобов'язань, правильне оформлення супровідних документів;
- г) усі відповіді вірні.

25. До економічних заходів належать:

- а) організація контролю за веденням тарного господарства з боку адміністрації підприємства;
- б) своєчасний облік тари, дотримання договірних зобов'язань, правильне оформлення супровідних документів;
- в) суворе дотримання всіх умов договору поставки по тарі;
- г) приймання тари за кількістю та якістю; дотримання правил відкриття, зберігання, повернення тари.

Практичне заняття 9

Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібної торговельної мережі

Мета: Вивчити критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібної торговельної мережі

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- сутність поняття роздрібної торговельної мережі;
- принципи організації роздрібної торговельної мережі;
- сутність роздрібної торговельної організації;
- вимоги, що висуваються до мережі роздрібних торговців;
- соціально-економічне значення роздрібної торговельної мережі;
- порядок здійснення територіального розміщення роздрібних торговців;
- відмінності між регіоном, областю і місцем розташування роздрібногo торговця;
 - фактори, які слід урахувати під час вибору регіону й області діяльності роздрібногo торговця;
 - перспективні підходи до організації вітчизняної торговельної мережі;
 - показники, які характеризують ефективність функціонування роздрібної торговельної мережі;
 - порядок організації торгівлі: стаціонарної, напівстаціонарної, посылкової, віртуальної;
 - методику розрахунку, за допомогою якої можна розрахувати межі охоплення площі обслуговування роздрібногo торговця.

Ознайомитися:

- з основними видами роздрібних торговців;
- з ознаками, якими характеризується роздрібне торговельне підприємство;
- з відмінностями основних підходів до організації міської та сільської торговельної мережі;
- з питанням процесу концентрації роздрібної торговельної мережі;
- з питанням спеціалізації роздрібної торговельної мережі;

- з порядком розрахунку рівня спеціалізації торговельної мережі для конкретного регіону (населеного пункту).

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Обчислити показники оцінки стану розвитку роздрібно-торговельної мережі.

1. Ступінь забезпеченості населення торговельною мережею характеризують коефіцієнти щільності торговельної мережі щодо населення і щодо території.

- коефіцієнт щільності населення розраховується на 1000 мешканців, що обслуговується магазинами, за формулою:

$$K_{\text{щн}} = \frac{n \times 1000}{\text{ЧН}},$$

де n – кількість магазинів, од.;

ЧН – чисельність населення, яке обслуговується, чол.;

Показує, скільки магазинів в середньому припадає на 1000 чоловік населення регіону.

У селі Вишневе проживає 800 людей. У селі є 4 магазини. Визначити скільки магазинів в середньому припадає на 1000 чоловік населення села.

Вирішення:

- коефіцієнт щільності території визначається в розрахунку на 1000 кв. км за формулою:

$$K_{\text{щт}} = \frac{n \times 1000}{S_{\text{тер}}},$$

де $S_{\text{тер}}$ – площа території, що обслуговується магазинами, км².

Характеризує кількість магазинів, які здійснюють торговельну діяльність на території в 1 км².

Завдання 2. Площа села Вишневе 1,6 км², площа магазинів 200 м².

Вирішення:

Завдання 3. Для аналізу можуть використовувати і показники, зворотні до коефіцієнтів щільності:

- кількість населення, яке обслуговується одним магазином:

$$K_{nm} = \frac{ЧН}{n},$$

Показує, скільки населення обслуговує один магазин;

- площа території, яка обслуговує в середньому один магазин:

$$П_{nm} = \frac{S_{мер}}{n},$$

- кількість населення, яка припадає на 1 кв. м торгової площі магазинів:

$$K_{nm} = \frac{ЧН}{S_m},$$

S_m – загальна торговельна площа магазинів, м².

2. Торгова площа на 1000 жителів.

$$ТП = \frac{S_m \times 1000}{ЧН},$$

де ТП – торгова площа на 1000 жителів, м²;

3. Середній розмір магазину:

- за торговою площею розраховується за формулою:

$$СР_{пл} = \frac{S_m}{n},$$

Де СРпл – середній розмір за торговою площею, кв. м;

- за товарообігом (СРт):

$$СР_t = \frac{T_m}{n}$$

4. Пішохідну або транспортну доступність магазинів для населення характеризує їхній середній радіус дії, що розраховується за формулою:

$$R_m = 0,56 \sqrt{\frac{S_{мер}}{n}},$$

Де R_m – середній радіус дії.

Уселі Вишневе радіус дії – 1,5 км.

Визначте забезпеченість населення міста торговельною площею, якщо чисельність населення становить 28 тис. чол., а наявна торговельна площа – 4238 м². Окресліть шляхи ліквідації дефіциту торговельної площі

Вирішення:

Завдання 4. Розрахувати потребу в продовольчій торговельній мережі для міста. Чи-сельність жителів умісті – 380 тис. чол., у планованому періоді очікується

ї збільшення на 15%. Фактична забезпеченість населення торговельними площами складає 94% від встановленого нормативу. Поточний середній норматив за продовольчими товарами складає 92 м² на 1000 чол., на перспективу – 100 м² на 1000 чол. У результаті реконструкції планується ввести в експлуатацію 200 м² торговельних площ.

Вирішення:

Тестові завдання:

1. Роздрібна торговельна мережа — це:

- а) загальна сукупність стаціонарних, суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою;
- б) загальна сукупність напівстаціонарних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою;
- в) загальна сукупність пересувних і віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою;
- г) загальна сукупність суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою.

2. Організація в роздрібній торгівлі — це:

- а) оптовий торговець, що об'єднує два або більше підпорядкованих (рідше — незалежних) торговельних підприємства і може доповнюватися будь-якою кількістю торговельних одиниць;
- б) роздрібний торговець, що об'єднує три або більше підпорядкованих (рідше — незалежних) торговельних підприємства і може доповнюватися будь-якою кількістю торговельних одиниць;
- в) роздрібний торговець, що об'єднує два або більше підпорядкованих (рідше — незалежних) торговельних підприємства і може доповнюватися будь-якою кількістю торговельних одиниць;
- г) оптовий торговець, що об'єднує три або більше підпорядкованих (рідше — незалежних) торговельних підприємства і може доповнюватися будь-якою кількістю торговельних одиниць.

3. Базовим принципом організації мережі роздрібних торговців є:

- а) доступність для споживачів;
- б) рівномірність розосередження;
- в) концентричність розташування і групування за асортиментом;
- г) усі відповіді вірні.

4. Розташування однотипних за спеціалізацією і форматом підприємств відносно рівномірно за територією населеного пункту, це принцип:

- а) доступності для споживачів;
- б) рівномірності розосередження;
- в) концентричності розташування;

г) групування за асортиментом.

5. У складі мережі роздрібних торговців є вид торгівлі:

стаціонарна, напівстаціонарна;
мобільний, немобільний;
постійна, тимчасова;
спеціалізована, неспеціалізована.

6. За ступенем сталості місцезнаходження є мережа:

а) стаціонарну;
б) мобільна;
в) тимчасова;
г) усі відповіді вірні.

7. Основні принципи організації роботи роздрібних торговців дозволяють поділяти їх на:

а) крупнороздрібних;
б) роздрібних;
в) візуальних;
г) усі відповіді вірні.

8. У складі мережі підприємств роздрібною торгівлі власне роздрібну її частину становлять:

а) магазини і палатки;
б) кіоски і ятки;
в) автомати;
г) пункти пересувної торгівлі.

9. До дрібнороздрібною частини торговельної мережі належать

а) магазини;
б) палатки;
в) кіоски і ятки;
г) усі відповіді вірні.

10. До споруд з характером капітальності мережі роздрібних торговців відносяться:

капітальні магазини;
легкоконструкційні павільйони, автомати;
некапітальні палатки, кіоски, ятки, торгові місця;
г) усі відповіді вірні.

11. Під магазином розуміють:

а) об'єкт для роздрібною продажу товарів;
б) об'єкт, що займає окремий будинок або влаштоване приміщення в капітальній споруді;
в) об'єкт, що має торговельну залу для покупців і низку технологічних приміщень для експедиції, підсорткування, зберігання новоотриманих товарів;

г) усі відповіді вірні.

12. Сучасна віртуальна торгівля – це:

- а) напіввідкрита електронна комп'ютерна мережа з не обмеженим доступом до неї через засоби зв'язку будь-якого користувача персонального комп'ютера;
- б) відкрита електронна комп'ютерна мережа з не обмеженим доступом до неї через засоби зв'язку будь-якого користувача персонального комп'ютера;
- в) відкрита електронна комп'ютерна мережа з обмеженим доступом до неї через засоби зв'язку будь-якого користувача персонального комп'ютера;
- г) відкрита електронна комп'ютерна мережа з не обмеженим доступом до неї через засоби зв'язку конкретного користувача персонального комп'ютера.

13. Торговельним павільйоном вважається:

- а) пункт роздрібного продажу товарів, що займає окрему споруду полегшеної конструкції, має невелику торговельну залу для покупців і підсобне приміщення;
- б) пункт оптового продажу товарів, що займає окрему споруду полегшеної конструкції, має невелику торговельну залу для покупців і підсобне приміщення;
- в) пункт роздрібного продажу товарів, що не займає окрему споруду полегшеної конструкції, має невелику торговельну залу для покупців і підсобне приміщення;
- г) усі відповіді вірні.

14. Торговельна палатка – це:

- а) невеликий об'єкт дрібнороздрібної торгової мережі напівстаціонарної або збірно-розбірної конструкції, що займає відособлене торгове місце, має мінімальне підсобне приміщення, але не має торговельної зали для покупців;
- б) середній об'єкт роздрібної торгової мережі стаціонарної або збірно-розбірної конструкції, що займає відособлене торгове місце, має підсобне приміщення, але не має торговельної зали для покупців;
- в) невеликий об'єкт роздрібної торгової мережі стаціонарної або збірно-розбірної конструкції, що займає відособлене торгове місце, має підсобне приміщення, але не має торговельної зали для покупців;
- г) середній об'єкт роздрібної торгової мережі напівстаціонарної або збірно-розбірної конструкції, що займає відособлене торгове місце, має мінімальне підсобне приміщення, але не має торговельної зали для покупців.

15. Засоби пересувної торгівлі – це:

- а) тимчасові торгові місця для здійснення роздрібного продажу, утворені на базі спеціально обладнаних транспортних засобів з механічним приводом (автомагазини, моторозвозки, гужові й ручні візки);
- б) тимчасові торгові місця для здійснення оптового і роздрібного продажу, утворені на базі спеціально обладнаних транспортних засобів з механічним приводом (автомагазини, моторозвозки, гужові й ручні візки);

- в) тимчасові торгові місця для здійснення оптового продажу, утворені на базі спеціально обладнаних транспортних засобів з механічним приводом (автомагазини, моторозвозки, гужові й ручні візки);
- г) усі відповіді вірні.

16. Торгове місце, це:

- а) відособлене місце;
- б) спеціально обладнане місце поза магазином;
- в) місце для здійснення роздрібного продажу товарів;
- г) усі відповіді вірні.

17. Мережа торговельних суб'єктів громадського харчування включає:

- а) стаціонарні підприємства;
- б) мобільні підприємства;
- в) крупно роздрібні і дрібнороздрібні;
- г) усі відповіді вірні.

18. Вийзні буфети відносяться до:

- а) стаціонарних підприємств;
- б) дрібнороздрібних підприємств;
- в) пересувні пункти харчування;
- г) мобільних підприємств.

19. За ознакою товарної спеціалізації підприємства можуть бути:

- а) вузькоспеціалізовані;
- б) широкоспеціалізовані;
- в) не спеціалізовані;
- г) усі відповіді вірні.

20. Коли торговельні підприємства й одиниці проводять реалізацію товарів тільки однієї товарної групи, вони відносяться до:

- а) вузькоспеціалізованих;
- б) спеціалізованих;
- в) комбінованих;
- г) універсальних.

21. Гіпермаркети, супермаркети відносяться до підприємств товарної спеціалізації:

- а) вузькоспеціалізованих;
- б) спеціалізованих;
- в) комбінованих;
- г) універсальних.

22. Гіпермаркет - магазин самообслуговування загальноміського значення з торговельною площею:

- а) понад 2000 м², з максимально широким асортиментом (більше ніж 13 тисяч асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів;

- б) понад 3000 м², з максимально широким асортиментом (більше ніж 15 тисяч асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів;
- в) понад 3500 м², з максимально широким асортиментом (більше ніж 17 тисяч асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів;
- г) понад 4000 м², з максимально широким асортиментом (більше ніж 19 тисяч асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів.

23. Універмаг - магазин загальноміського значення, торговельною площею:

- а) понад 1400 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 4000 асортиментних позицій) непродовольчих товарів;
- б) понад 1450 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 4500 асортиментних позицій) непродовольчих товарів;
- в) понад 1500 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 5000 асортиментних позицій) непродовольчих товарів;
- г) понад 1600 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 5500 асортиментних позицій) непродовольчих товарів.

24. Універсам, або супермаркет - великий магазин самообслуговування всередині жилої зони міста, що має торговельну площу:

- а) понад 400 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 5000 асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів;
- б) понад 450 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 5500 асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів;
- в) понад 500 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 6000 асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів;
- г) понад 550 м², з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 6500 асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів.

25. Міні-маркет - магазин самообслуговування торговою площею до:

- а) 150 м², з обмеженим асортиментом (до 400 асортиментних позицій) продовольчих товарів;
- б) 175 м², з обмеженим асортиментом (до 450 асортиментних позицій) продовольчих товарів;
- в) 200 м², з обмеженим асортиментом (до 500 асортиментних позицій) продовольчих товарів;
- г) 250 м², з обмеженим асортиментом (до 550 асортиментних позицій) продовольчих товарів.

26. Торговельний центр – це:

- а) група торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як одне ціле;
- б) група торговельних об'єктів, зосереджених в різних місцях і керованих як одне ціле;

- в) група торговельних об'єктів, зосереджених в різних місцях і керованих як декілька підрозділів;
г) усі відповіді вірні.

27. Тип магазину, що характеризується обмеженою номенклатурою торгових послуг, до того ж у ньому товари повсякденного попиту реалізують та з порівняно низькими цінами або з наданням постійних торгових знижок, це:

- а) дискаунт;
б) комісійний магазин;
в) торговельний центр;
г) міні-маркет.

28. Область торгівлі поділяється на зони:

- а) ближню і дальню;
б) ближню, середню і дальню;
в) центральна і перефірїйна зона;
г) усі відповіді вірні.

29. Фірмовий магазин - це:

- а) самостійне спеціалізоване торгівельне підприємство, яке належить виробнику продукції;
б) самостійне торгівельне підприємство, що належить підприємству-виробнику;
в) спеціалізоване торгівельне підприємство, що належить підприємству-виробнику;
г) спеціалізоване торгівельне підприємство, що належить підприємству-виробнику.

30. Точка безбитковості:

- а) такий обсяг виручки від реалізації, за якої сума валового доходу від реалізації товарів дорівнює сумі поточних витрат;
б) такий обсяг товарообігу, за якого сума валового доходу від реалізації товарів дорівнює сумі поточних витрат;
в) такий обсяг товарообігу, за якого сума чистого доходу від реалізації товарів дорівнює сумі поточних витрат;
г) такий обсяг витрат обігу, за якого сума виручки від реалізації товарів дорівнює сумі поточних витрат.

31. Обсяг товарообігу роздрібного торговця, за якого сума його валових доходів не тільки покриває поточні витрати на ведення діяльності, а й утворює прибуток, розміри якого після сплати податків задовольняють власників підприємства в мінімальному рівні рентабельності на вкладений капітал, це:

- а) точка мінімальної рентабельності;
б) точка максимальної рентабельності;
в) точка мінімальної безбитковості;
г) точка максимальної безбитковості.

Практичне заняття 10

Форми і методи продажу товарів.

Мета: Ознайомитися з організацією процесу роздрібного продажу товарів, а також вивчити форми і методи продажу товарів.

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- позамагазинні форми роздрібного продажу товарів;
- форми продажу товарів;
- методи продажу товарів;
- методи продажу товарів, які належать до традиційних, проагресивних;
- методи продажу товарів за зразками, з відкритим викладенням як прогресивні методи продажу товарів.

Ознайомитися:

- з формами і методами продажу товарів, які нам відомі;
- з процесом самообслуговування у торгівлі;
- з технологією розрахунків з покупцями в магазинах самообслуговування.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Порівняйте ефективність роботи магазинів, що застосовують різні форми продажу товарів. За даними табл.10.1 та табл. 10.2 визначте такі показники: приріст прибутку у грошовому вираженні та у відсотках до продажу;

- приріст прибутку на 1 м² торговельної площі у грошовому вираженні та у відсотках до продажу;
- зростання продуктивності праці на одного працівника за списком;
- приріст прибутку на 1 грн заробітної плати;
- середньомісячну заробітну плату працівників магазину.

Одержані результати розрахунків необхідно супроводити пояснювальною запискою, проаналізувавши показники роботи магазину в результаті використання різних форм продажу товарів, і дати рекомендації щодо поліпшення організації торговельно-технологічного процесу.

Вирішення:

Таблиця 10.1

Значення показників магазинів з індивідуальним обслуговуванням покупців

Показник	Значення
Торговельна площа, м ²	200
У тому числі зайнята обладнанням	50
Чисельність працівників, чол.	26
У тому числі оперативних	22
Річні обсяги продажу, млн грн.	980
Середня торговельна націнка, %	17,8
Витрати обігу, % до продажу	16,7
У тому числі:	
автотранспортні витрати	0,84
оплата праці	7,73
оренда і утримання приміщень	1,81
амортизація загальних коштів	0,86
відрахування до ремонтного фонду	0,17
відсоток за кредит	0,62
витрати на рекламу	0,12
витрати на упакування та фасування	0,43
втрати товарів при перевезенні, зберіганні, реалізації	0,86
витрати з тари	0,22
знос малоцінних і швидкозношуваних предметів	0,16
інші витрати	0,30
відрахування на соціальне страхування	2,58
Прибуток від реалізації, млн грн.	
Рентабельність, % від продажу	
Прибуток на одного працівника за списком, тис. грн	
Прибуток на одного оперативного працівника, тис. грн	
Прибуток на 1 м торговельної площі, тис. грн	
Прибуток на 1 грн заробітної плати, грн.	
Коефіцієнт установчої площі торговельного обладнання	
Кількість покупців, що обслуговуються, тис. чол.	8

Витрати часу покупців на обслуговування, хв	35
Комплексність покупок, найменувань	2,3

Таблиця 10.2

Значення показників магазинів, що застосовують інші форми продажу товарів

Показник	Значення
Торговельна площа, м ²	200
У тому числі зайнята обладнанням	62
Чисельність працівників, чол.	22
У тому числі оперативних	15
Річні обсяги продажу, млн грн.	1300
Середня торговельна націнка, %	18,0
Витрати обігу, % до продажу	16,0
У тому числі:	
автотранспортні витрати	1,71
оплата праці	8,44
оренда і утримання приміщень	0,84
амортизація загальних коштів	0,59
відрахування до ремонтного фонду	0,19
відсоток за кредит	0,62
витрати на рекламу	0,12
витрати на упакування та фасування	2,21
втрати товарів при перевезенні, зберіганні, реалізації	0,24
витрати з тари	0,14
знос малоцінних і швидкозношуваних предметів	0,08
інші витрати	0,22
відрахування на соціальне страхування	0,6
Прибуток від реалізації, млн. грн.	
Рентабельність, % від продажу	
Прибуток на одного працівника за списком, тис. грн	
Прибуток на одного оперативного працівника, тис. грн	
Прибуток на 1 м ² торговельної площі, тис. грн	
Прибуток на 1 грн заробітної плати, грн.	
Коефіцієнт установчої площі торговельного обладнання	

Кількість покупців, що обслуговуються, тис. чол.	8
Витрати часу покупців на обслуговування, хв	24
Комплексність покупок, найменувань	3

Тестові завдання:

1. Технологічний процес включає:

- а) транспортування товарів;
- б) розвантажування транспортних засобів;
- в) приймання товарів за кількістю і якістю;
- г) усі відповіді вірні.

2. На структуру й організацію торгово-технологічного процесу магазинів впливають такі фактори:

- а) кількість торгового персоналу;
- б) витрати на придбання товару;
- в) кількість товарних запасів;
- г) тип магазину і розмір його торгової площі.

3. Які технологічні операції виконуються в магазинах:

- а) операції безпосереднього обслуговування покупців;
- б) підготовча робота з обслуговування покупців;
- в) операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів;
- г) усі відповіді вірні.

4. Операції, пов'язані з процесом підготовки товарів до продажу, обробка товарів, їх фасування, переміщення в торговий зал, це:

- а) перша група технологічних операцій;
- б) друга група технологічних операцій;
- в) третя група технологічних операцій;
- г) четверта група технологічних операцій.

5. Забезпечення найкращих умов вибору товарів і їх придбання, економія часу покупців, високий рівень торговельного обслуговування, це:

- а) торгово-економічний процес;
- б) торгово-технологічний процес;
- в) технолого-організаційний процес;
- г) економіко-організаційний процес;

6. Усі товари, які надходять у роздрібні торговельні підприємства, повинні бути прийняті за:

- а) кількістю та якістю;
- б) якістю та вартістю;
- в) кількістю та вартістю;
- г) усі відповіді вірні.

7. Приймання товарів повинне здійснюватись у магазині:

- а) завідувачем;
- б) продавцем;
- в) тими особами, на яких покладається матеріальна відповідальність за товари і тару, які є в магазині;
- г) усі відповіді вірні.

8. Основним елементом процесу приймання товарів у магазині є:

- а) ознайомлення з супровідними документами і перевірка правильності їх оформлення;
- б) перевірка відповідності найменування товарів і їх маркування даним супровідних документів;
- в) перевірка кількості місць, стану тари й упаковки;
- г) усі відповіді вірні.

9. Акт про масу тари повинен бути складений після її звільнення не пізніше ніж через:

- а) 10 днів;
- б) 15 днів;
- в) 20 днів;
- г) 25 днів.

10. Акт про масу тари з-під вологої продукції (оліфа, мастила, фарба та ін.) повинен бути складений:

- а) негайно після звільнення тари з-під продукції;
- б) не пізніше ніж через 10 днів;
- в) не пізніше ніж через 15 днів;
- г) не пізніше ніж через 20 днів.

11. Приймання товарів за кількістю проводиться при вивезенні товару транспортом магазину:

- а) безпосередньо в магазині;
- б) на складі постачальника;
- в) на станції (пристані) призначення;
- г) усі відповіді вірні.

12. При надходженні без тари, у відкритій чи пошкодженій тарі приймання товарів за кількістю проводиться, як правило:

- а) у момент отримання від постачальника;
- б) одночасно з розкриттям тари, але не пізніше ніж через 24 дні з моменту надходження;
- в) одночасно з розкриттям тари, але не пізніше ніж через 10 днів з моменту надходження;
- г) у момент надходження в магазин, отримання зі складу постачальника або органів транспорту.

13. Після виявлення нестачі (надлишку) товарів, повідомлення про виклик представника постачальника (виготівника) необхідно направити не пізніше ніж через:

- а) 12 годин;
- б) 24 години;
- в) 36 годин;
- г) 48 годин.

14. Остаточне приймання товарів з обмеженими термінами зберігання за кількістю має бути проведене в такий строк, не пізніше ніж через:

- а) 12 годин;
- б) 24 години;
- в) 36 годин;
- г) 48 годин.

15. Остаточні результати приймання товарів за кількістю оформляються:

- а) актом про встановлення розбіжностей за кількістю під час приймання товарів;
- б) порівнювальною відомістю;
- в) акт проведення інвентаризації;
- г) актом приймання-здавання товару.

16. У разі виявлення прихованих вад у товарах відповідний акт повинен бути оформлений протягом:

- а) 20 днів після виявлення;
- б) 15 днів після виявлення;
- в) 10 днів після виявлення;
- г) 5 днів після виявлення.

17. Якщо на товари встановлені гарантійні терміни експлуатації або зберігання, то акт про приховані вади повинен бути складений протягом:

- а) 5 днів;
- б) 10 днів;
- в) 15 днів;
- г) 20 днів.

18. Роздрібний продаж товарів здійснюється за допомогою:

- а) магазинної форми продажу товарів;
- б) поза магазинних форм продажу товарів;
- в) особливих форм продажу товарів;
- г) усі відповіді вірні.

19. До організаційно-комерційних операцій належать:

- а) допомога у виборі товарів і консультація;
- б) відмірювання і нарізання;
- в) зважування;
- г) розрахунок з покупцем.

20. До основних технологічних операцій належать:

- а) пропозиція і показ товарів;
- б) допомога у виборі товарів і консультація;
- в) пропозиція супутніх і нових товарів;
- г) упакування і вручення покупки.

Практичне заняття 11

Тема 11. Нові форми та механізм позамагазинного продажу товарів

Мета: Вивчити позамагазинні форми продажу товарів.

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- суть позамагазинної форми роздрібного продажу товарів;
- особливості торгівлі нових форм позамагазинного продажу товарів;
- складові продажу, що регламентують «Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі».

Ознайомитися:

- з основними групами об'єктів позамагазинної мережі;
- з видами пересувної торгівлі, в залежності від використовуваних засобів і організаційно-технічних прийомів;
- з відмінністю розвізної торгівлі та розносної;
- з відмінністю між ярмарками та базарами;
- з перевагами торгівлі поштою.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Для поліпшення торгового обслуговування, пришвидшення руху товару від виробника до споживача використовуються нові методи, а саме методи позамагазинного продажу товарів. Для торгового обслуговування населення поза магазином можуть застосовуватися:

- 1) дрібнороздрібна стаціонарна мережа та дрібнороздрібна пересувна мережа (пересувні засоби торгівлі);
- 2) торгові автомати;
- 3) ярмарки і базари;
- 4) мережний маркетинг;
- 5) роздрібна посилкова (поштова) торгівля;
- 6) електронна торгівля (інтернет-магазини).

Вибір позамагазинної форми обслуговування залежить від місцевих умов: чисельності жителів у населеному пункті, наявності і асортиментного профілю підприємств торгівлі, сезонних і кліматичних умов та інших факторів.

Завдання 1. Використовуючи джерела статистичної інформації, доповніть динамічні ряди даних (табл.11.1) щодо розвитку позамагазинних форм торговельного обслуговування в Україні (Київській області). За допомогою графічних методів подання інформації (графіки лінійні та стовпчикові, діаграми секторні тощо) відобразіть результати проведеного аналізу.

Таблиця 11.1

Розвиток позамагазинних форм торговельного обслуговування в Україні у 20__–20__ рр.

Рік	Частка в загальній кількості товарообігу, %					
	Усього позамагазинних форм торговельного обслуговування товарообігу, %	з них :				
		дрібнороздрібна стаціонарна мережа та дрібно роздрібна пересувна мережа (пересувні засоби торгівлі)	торгові автомати	ярмарки і базари	роздрібна поштова торгівля	електронна торгівля Інтернет- магазини)
20__						
20__						
20__						
20__						

Завдання 2 У табл. 11,2 показано витрати на участь у виставково-ярмарковій діяльності підприємства ПАТ Пивзавод «Рогань».

Показники економічної ефективності від проведення виставкової діяльності відображено у табл. 11,3. Дохід, що отримано від виставково-ярмаркової діяльності, склав 12 % від загального доходу. Розрахуйте ефективність виставково-ярмаркової діяльності підприємства та наведіть рекомендації щодо поліпшення заходів з організації виставково-ярмаркової діяльності.

Таблиця 11.2

Витрати на проведення виставок та ярмарок

Елементи витрат	Сума, тис. грн	Структура, %
Оренда виставкового приміщення та обладнання	382,6	26,1
Транспортно-складські витрати	114,3	7,8
Заробітна плата	114,8	7,8
Охорона	29,3	2,0

Витрати на оформлення	306,4	20,9
Інформаційно-рекламні витрати	306,5	20,9
Культурна програма	57,2	3,9
Непередбачувані витрати	154,9	10,6
Всього	1466,0	100,0

Таблиця 11. 3

Ефективність виставково-ярмаркової діяльності ПАТ Пивзавод

«Рогань»

Показник	Сума, тис.
Дохід	96520,0
у тому числі дохід, який отримано від виставково-ярмаркової діяльності	
Прибуток від продажів, який отримано від виставково-ярмаркової діяльності	
Ефективність виставково-ярмаркової діяльності, %	

Завдання 3. У табличній формі подайте переваги та недоліки роботи інтернет-магазину.

Тестові завдання:

1. Позамагазинними формами роздрібного продажу товарів вважаються:

- продаж товарів через прилавок;
- продаж товарів з індивідуальним обслуговуванням;
- продаж товарів з вільним доступом до них;
- продаж товарів через роздрібну поштову торгівлю;

2. Вибір форми обслуговування залежить від:

- конкретних умов функціонування підприємств стаціонарної торговельної мережі;
- наявності чи відсутності торговельної мережі і чисельності населення;
- асортиментного профілю магазинів;
- усі відповіді вірні.

3. Продаж товарів через дрібнороздрібну торговельну мережу регламентується:

- Законом України;
- Правилами роботи;
- Постановою Кабінету Міністрів;
- взагалі не регламентується.

4. Дрібнороздрібна торгівля здійснюється за допомогою торговельної мережі, яка відрізняється:

- а) стаціонарністю;
- б) капітальністю забудов;
- в) відносно великою вартістю будівництва;
- г) здатністю розгортатися залежно від потреби в організації торговельного обслуговування населення.

5. Не забороняється продаж у дрібнороздрібній мережі:

- а) продовольчих товарів, якщо для них створені умови для дотримання санітарних норм, температурних режимів, умов зберігання та продажу;
- б) алкогольних напоїв і тютюнових виробів через засоби пересувної мережі (за винятком автомагазинів споживчої кооперації), а також стаціонарні пункти, якщо зберігання товарів в них не відповідає вимогам нормативних документів;
- в) технічно складних та великогабаритних товарів;
- г) дорогоцінних металів, коштовного каміння та виробів з них, а також товарів складного асортименту, що потребують примірювання (одяг, взуття, тканини тощо).

6. Обов'язковою умовою організації продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі є наявність супровідного документу на товари, що реалізуються:

- а) товарно-транспортні накладна;
- б) прибутково-видаткова накладна;
- в) копія сертифікатів відповідності;
- г) усі відповіді вірні.

7. До розвізної торгівлі відносять:

- а) торгівлю з яток;
- б) торгівлю з корзин;
- в) торгівля з автомагазинів;
- г) торгівлю з невеликих столів.

8. Через дрібнороздрібну торговельну мережу дозволяється реалізація

- а) продовольчих товарів;
- б) непродовольчих товарів складного асортименту;
- в) непродовольчих товарів нескладного асортименту;
- г) усі відповіді вірні.

9. Торгівля продовольчими та непродовольчими товарами в одному дрібно-роздрібному торговельному пункті дозволяється лише за умови, що:

- а) продовольчі товари нефасовані;
- б) немає герметичної упаковки;
- в) додержується принцип товарного сусідства;
- г) усі відповіді вірні.

10. У дрібнороздрібній торговельній мережі не забороняється продаж:

- а) продовольчих товарів, якщо при їх продажу відсутні умови для дотримання санітарних норм і правил;
- б) продовольчих товарів, якщо при їх продажу відсутні умови для додержання температурних режимів;
- в) продовольчих товарів, якщо при їх продажу відсутні умови для зберігання та продажу товарів;
- г) фасованих і упакованих продовольчих товарів з розносок, лотків, столиків.

11. За дотримання нормативних документів працівниками дрібно роздрібною торговельною мережі, суб'єкт господарювання:

- а) несе повну відповідальність;
- б) обмежену відповідальність;
- в) не несе відповідальність;
- г) усі відповіді вірні.

12. Працівникам дрібнороздрібною торговельною мережі під час виконання своїх обов'язків обов'язково:

- а) бути охайно одягнені в формений чи санітарний одяг і головні убори;
- б) додержуватися правил особистої гігієни;
- в) мати при собі паспорт;
- г) усі відповіді вірні.

13. Ярмарки – це:

- а) періодичні торги, які проводяться в певному місці, в установлені строки і приурочені до певних дат, чи традицій;
- б) постійні торги, які проводяться в певному місці, в установлені строки;
- в) періодичні торги, які проводяться в установленому місці і приурочені до певних дат, чи традицій;
- г) постійні торги, які проводяться в певному місці, в установлені строки і приурочені до певних дат, чи традицій.

14. Ярмарки зразків, після огляду яких укладалися оптові контракти – це етап розвитку ярмарків:

- а) I-й;
- б) II-й;
- в) III-й;
- г) IV-й.

15. Короткострокова реалізація товарів, яка періодично повторюється, з наступною їх купівлею-продажем на основі огляду і підбору зразків товарів народного споживання та продукції виробничо-технічного призначення – це:

- а) оптові ярмарки;
- б) роздрібні ярмарки;
- в) дрібно роздрібні ярмарки;

г) усі відповіді вірні.

16. Базари – це:

- а) постійні роздрібні торги, в яких беруть участь підприємства торгівлі і товаровиробники;
- б) періодичні роздрібні торги, в яких беруть участь тільки підприємства торгівлі;
- в) періодичні роздрібні торги, в яких беруть участь підприємства торгівлі і товаровиробники;
- г) періодичні роздрібні торги, в яких беруть участь тільки товаровиробники.

17. Новорічні, Різдвяні ярмарки і базари відносяться до:

- а) сезонних;
- б) традиційних;
- в) цільових;
- г) тематичних.

18. Посилкова торгівля – це:

- а) форма дистанційної роздрібною торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами за каталогами, проспектами, спеціальними переліками, оголошеннями, іншою рекламною інформацією;
- б) форма дистанційної оптової і роздрібною торгівлі непродовольчими товарами за каталогами, проспектами, спеціальними переліками, оголошеннями, іншою рекламною інформацією;
- в) форма дистанційної роздрібною торгівлі непродовольчими товарами за каталогами, проспектами, спеціальними переліками, оголошеннями, іншою рекламною інформацією;
- г) форма дистанційної роздрібною торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами, коли покупець здійснює попередній вибір та замовлення товарів і отримує їх на підприємствах поштового зв'язку;

19. Електронна торгівля – це:

- а) організація і технологія купівлі товарів з використанням телекомунікаційних мереж;
- б) це організація і технологія продажу товарів, послуг електронним способом з використанням телекомунікаційних мереж;
- в) це організація і технологія купівлі-продажу товарів з використанням електронних фінансово-економічних інструментів;
- г) усі відповіді вірні.

Практичне заняття 12

Тема 12. Особливості організації торгівлі на ринках

Мета: Засвоїти механізм організації торгівлі на ринках

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- поняття ринку як суб'єкта господарської діяльності;
- особливості організації торгівлі на ринку;
- особливості торгівлі продовольчими товарами на ринку.

Ознайомитися:

- з перевагами і недоліками торгівлі непродовольчими товарами на ринку;
- з наданням основних послуг у торгівлі на ринках;

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Засвоїти Правила торгівлі на ринках.

Тестові завдання:**1. Головне призначення ринків – це:**

- а) продаж лишків сільськогосподарської продукції;
- б) сприяння продажу товарів за цінами нижче ринкових;
- в) пропозиція товарів для продажу населенню з низьким достатком;
- г) пропозиція споживчих товарів для продажу, задоволення попиту населення на них.

2. Ринок — це:

- а) об'єкт господарювання, створений на відведені рішенням місцевого органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування земельній ділянці і зареєстрований в установленому порядку;
- б) суб'єкт господарювання, створений на відведені рішенням місцевого органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування земельній ділянці і зареєстрований в установленому порядку;
- в) суб'єкт господарювання, який у процесі купівлі-продажу товарів встановлює ціни;
- г) об'єкт господарювання функціональними обов'язками якого є надання послуг та створення для продавців і покупців належних умов у процесі купівлі-продажу товарів за цінами, що складаються залежно від попиту і пропозицій.

3. За формою власності ринки є:

- а) продовольчі;
- б) непродовольчі;
- в) приватні;
- г) міські.

4. За товарною спеціалізацією ринки є:

- а) колективні;
- б) спільні;
- в) роздрібні;
- г) продовольчі.

5. За видом діяльності ринки є:

- а) оптові;
- б) постійно діючі;
- в) непродовольчі;
- г) худоби і кормів;

6. За місцезнаходженням ринки є:

- а) сезонні;
- б) загальноміські;
- в) комбіновані;
- г) спільні.

7. За часом діяльності ринки є:

- а) оптові;
- б) постійно діючі;
- в) роздрібні;
- г) спільні.

8. За конструкцією ринки є:

- а) відкриті;
- б) транспортних засобів;
- в) змішані;
- г) квітів.

9. Малі ринки передбачені на:

- а) 200 місць чи 600 м²;
- б) 200 місць чи 650 м²;
- в) 250 місць чи 700 м²;
- г) 300 місць чи 750 м².

10. На посаду завідувача ринку призначається особа, що:

- а) має спеціальну освіту;
- б) стаж роботи за спеціальністю не менше 1 року;
- в) має вищу освіту;
- г) усі відповіді вірні.

11. Одне торгове місце на прилавках (столах) дорівнює:

- а) 0,75 пог. м ;
- б) 1,00 пог. м ;
- в) 1,25 пог. м ;
- г) 1,50 пог. м .

12. При продажу продукції (товарів) з транспортного засобу, причепа, візка, у тому числі ручного, у контейнерах, кіосках, ятках тощо, дорівнює зайнятій площі:

- а) 1,90 м²;
- б) 2,00 м²;
- в) 2,10 м²;
- г) усі відповіді вірні.

13. На продовольчих ринках торгіві місця влаштовуються:

- а) павільйонах;
- б) ятках;
- в) бутиках;
- г) усі відповіді невірні.

14. Ринкові торговці можуть реалізовувати на непродовольчих і змішаних ринках наступні товари широкого вжитку:

- а) білизни зі штампом організацій і підприємств;
- б) шкурок цінних порід звірів без відповідного маркування підприємства-виготовлювача;
- в) ювелірні вироби (крім виробів з дорогоцінних металів і таких, що містять дорогоцінне каміння), іграшки (крім піротехнічних виробів), годинники;
- г) ліків, лікарських рослин, наркотичних засобів.

15. Забороняється продаж на ринках таких непродовольчих товарів:

- а) дорогоцінних металів і коштовного каміння, а також виробів з них;
- б) одяг, взуття, білизну, головні убори, тканини, предмети культурно-побутового призначення, товари господарського вжитку;
- в) предмети гігієни, санітарії, косметично-парфумерні вироби, товари побутової хімії — за наявності сертифіката якості або сертифіката відповідності встановленого зразка;
- г) непродовольчі товари, що були в ужитку (секонд-хенд), книги.

16. Ринкові торговці можуть реалізовувати на продовольчих і змішаних ринках наступні товари

- а) живу худобу, кролів, нутрії та живу птицю, домашніх тварин, декоративних птахів, акваріумних риб, акваріуми, корм для риб і птахів та ін.;
- б) приватними особами хліба і хлібобулочних виробів, алкогольних напоїв та тютюнових виробів;
- в) дикорослих рослин, риб, занесених до "червоної книги", польових квітів, лікарських рослин;
- г) зернових і круп'яних, продуктів, забруднених насінням шкідливих бур'янів.

17. Забороняється продаж на ринках таких продовольчих товарів:

- а) м'ясо та м'ясопродукти, сало, птицю, кролів, нутрій, молоко і молочні продукти, тваринне масло, олію, мед, курячі яйця;

- б) картоплю, свіжі та солоно-квашені овочі, фрукти, ягоди, баштанні культури, сухофрукти, горіхи;
- в) дикорослі плоди і ягоди, свіжі та сушені гриби;
- г) солоних і маринованих грибів, консервованих продуктів домашнього приготування (овочі, м'ясо, риба, ікра та ін.), м'ясних і рибних кулінарних виробів і напівфабрикатів, м'яса диких пернатих птахів і тварин, кондитерських виробів домашнього приготування.

Практичне заняття 13

Тема 13. Основні правила торговельного обслуговування покупців

Мета: Ознайомитися з визначенням виду і кількості транспортних засобів при організації перевезень

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- порядок здійснення торгівельної діяльності;
- основні правила торговельного обслуговування;
- особливості організації системи торговельного обслуговування населення;
- фактори впливають на рівень торговельного обслуговування населення;
- складові системи торговельного обслуговування;
- показники, за якими оцінюється культура обслуговування покупців;
- поняття якості торговельного обслуговування;
- показники, якими оцінюється якість торговельного обслуговування;
- основні нормативні документи, що застосовуються в регулюванні торговельної діяльності;
- основні види санкцій за порушення норм права про захист прав споживачів.

Ознайомитися:

- з поняттям культури торгівлі та факторами, що визначають її рівень;
- зі складовими елементами культури торгівлі;
- з психологічними аспектами торговельного обслуговування покупців;
- з роллю держави в регулюванні торговельної діяльності за умов ринкової економіки;
- з переліком установ, які за окремими напрямками здійснюють контроль за діяльністю підприємств торгівлі.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Засвоєння Порядку провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів.

Завдання 2. Спробуйте дослідити загальнодержавні та місцеві нормативно-правові акти, що регламентують різні аспекти діяльності торговельних підприємств (ціноутворення, розміщення, правила продажу окремих груп товарів тощо), та складіть їх найбільш повний перелік. Представте та прокоментуйте результати дослідження.

Завдання 3. Спробуйте визначити причини незадоволеності споживачів рівнем обслуговування в роздрібній торговельній мережі міста, запропонуйте можливі шляхи його покращення.

Тестові завдання:

1. Основна вимога, яка ставиться до систем торговельного обслуговування з боку покупців:

- а) зниження суми коштів на придбання товарів в умовах розширення асортименту товарів, збільшення обсягів послуг і підвищення їх якості;
- б) зниження затрат часу на придбання товарів в умовах розширення асортименту товарів, збільшення обсягів послуг і підвищення їх якості;
- в) збільшення доходу при продажу товарів в умовах розширення асортименту товарів, збільшення обсягів послуг і підвищення їх якості;
- г) зниження затрат на придбання товарів в умовах розширення асортименту товарів, збільшення обсягів послуг і підвищення їх якості.

2. Система масового товаропостачання населення через торговельні підприємства орієнтована на:

- а) потік покупців;
- б) самообслуговування;
- в) групову та масову рекламу;
- г) усі відповіді вірні.

3. Стандартне завдання торговельного обслуговування:

- а) забезпечення стандарту споживання, задоволення потреб у товарах регулярного, масового попиту;
- б) задоволення індивідуальних, вибіркових потреб: естетичних, матеріальних;
- в) задоволення масових, вибіркових потреб: естетичних, матеріальних;
- г) усі відповіді вірні.

4. Вимоги нестандартного (індивідуального) торговельного обслуговування

- а) мінімальні затрати часу покупців;
- б) максимальні затрати коштів покупців;
- в) висока кваліфікація надання послуг, комфорт, максимальний вибір;
- г) усі відповіді вірні.

5. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється відповідно до:

- а) Цивільного кодексу;
- б) Указу Президента;
- в) Господарського кодексу;
- г) Постанови Кабінету Міністрів.

6. Режим роботи підприємств торгівлі встановлюється:

- а) дирекцією підприємства за погодженням з органами місцевої влади;
- б) органами місцевої влади;
- в) власниками підприємства;
- г) усі відповіді вірні.

7. Яким документом заборонено припиняти доступ покупців до магазину до початку обідньої перерви чи закінчення роботи:

- а) Правилами внутрішнього розпорядку;
- б) Статутом торговельного підприємства;
- в) Рішенням органів місцевої влади;
- г) Угодою торговельного підприємства з органом місцевої влади.

8. До закриття працівники магазину повинні попереджувати про це покупців за:

- а) 6 хвилин;
- б) 8 хвилин;
- в) 10 хвилин;
- г) 12 хвилин.

9. Про закриття магазину на ремонт, а також проведення санітарних заходів покупців попереджують заздалегідь, за:

- а) 5 днів до закриття;
- б) 10 днів до закриття;
- в) 15 днів до закриття;
- г) 20 днів до закриття.

10. Працівники, які займаються виробництвом, зберіганням, а також реалізацією харчових продуктів і продовольчої сировини:

- а) не зобов'язані мати професійну спеціальну освіту (підготовку);
- б) зобов'язані мати професійну спеціальну освіту (підготовку);
- в) можуть мати будь-яку спеціальну освіту;
- г) усі відповіді вірні.

11. Покупцям дозволено залишати на зберігання в магазині куплені й оплачені громіздкі товари (меблі, піаніно, холодильники тощо) терміном на:

- а) 12 годин;
- б) 1 добу;
- в) 2 доби;

г) 3 доби.

12. У разі виявлення вад чи фальсифікації товару протягом гарантійного чи інших термінів, покупець має право вимагати від торговельного підприємства:

- а) безплатного усунення вад або відшкодування або відшкодування витрат на їх усунення покупцем чи третьою особою;
- б) заміни на аналогічний товар належної якості;
- в) відповідного зменшення його купівельної ціни;
- г) усі відповіді вірні.

13. Доставка великогабаритних товарів і товарів продавцю та їх повернення здійснюється силами і засобами продавця або за його рахунок, якщо маса понад:

- а) 5 кг;
- б) 10 кг;
- в) 15 кг;
- г) 20 кг.

14. Вимоги покупців розглядаються після пред'явлення ними:

- а) квитанції;
- б) товарного чи касового чека;
- в) іншого письмового документа;
- г) усі відповіді вірні.

15. Покупці мають право на обмін непродуктивних товарів належної якості на аналогічні у продавця, у якого вони були придбані протягом:

- а) 7 днів;
- б) 14 днів;
- в) 21 день;
- г) 28 днів.

16. Товари у суб'єкта господарської діяльності повинні бути з відповідними документами:

- а) товарно-транспортна накладна;
- б) рахунок фактура;
- в) сертифікат відповідності;
- г) усі відповіді вірні.

17. Норми споживання м'яса і виробів з м'яса, кг/особу:

- а) 78;
- б) 87;
- в) 90;
- г) 97 .

18. Норми споживання молока і молочних продуктів, кг/особу:

- а) 467;

- б) 476;
- в) 487;
- г) 493.

19. Норми споживання яєць, штук/особу:

- а) 345;
- б) 357;
- в) 365;
- г) 376.

20. Норми споживання хлібопродуктів, кг/особу:

- а) 115;
- б) 125;
- в) 130;
- г) 120.

Практичне заняття 14

Форми реалізації реклами торговельного підприємства. Оцінка економічної ефективності реклами

Мета: Засвоїти форми реалізації реклами торговельного підприємства.

Вивчити методика оцінки економічної ефективності реклами

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- сутність обґрунтування необхідності реклами;
- основне завдання торгової реклами;
- особливості зовнішньої та внутрішньої реклами. Їх переваги та недоліки;
- визначення рекламних засобів та їх особливостей при застосуванні;
- рекламні цикли, як вони пов'язані з життєвими циклами товару;
- суть рекламної кампанії.

Ознайомитися:

- із завданнями, які виконує реклама;
- з видами реклами;
- з формами реалізації реклами торговельного підприємства;
- з перевагами використання рекламного оголошення;
- із законодавчими особливостями застосування рекламного оголошення.

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Дати характеристику зовнішнім рекламним носіям національних торгових мереж (вид носія, характеристика, переваги носія)

Тестові завдання:

1. Реклама спрямована на стадії зростання на:

- а) інформування покупця про новинки;
- б) розвиток попиту;
- в) нагадування про фірму, товари, знижки, розпродажі;
- г) реклама недоцільна, виключаючи необхідність інформування про розпродажі.

2. Основні завдання реклами:

- а) комерційні завдання, до яких належать стимулювання продажу (збуту), пошук вигідних партнерів;
- б) економічні завдання - реклама стимулює збут товару і сприяє зростанню прибутку, прискоренню процесу купівлі-продажу;
- в) освітні (інформаційна) завдання - реклама виступає як засіб навчання: споживач не тільки дізнається про товари і послуги, але і відкриває для себе способи вдосконалення життя;
- г) стимулюючі завдання - нагадування, спонукання до покупки, встановлення контактів.

3. Залежно від об'єкта рекламного звернення, реклама є для:

- а) підприємств-виробників;
- б) підприємств оптової торгівлі;
- в) підприємств роздрібно торгівлі;
- г) покупців споживчих товарів.

4. Залежно від замовника, реклама є для:

- а) підприємств-виробників;
- б) покупців споживчих товарів;
- в) покупців товарів виробничо-технічного призначення;
- г) змішана реклама.

5. Залежно від умов застосування, реклама є:

- а) товарна - покликана допомогти виробнику з вигодою продати товари, а покупцю - з користю придбати їх;
- б) корпоративна - реклама створює образ фірми або сприятливе уявлення про неї;
- в) марки - для довгострокового виділення конкретного марочного товару;
- г) реклама соціальна - рекламує загальнолюдські цінності, яка бореться з громадськими вадами, а також інформація, що виражає суспільні і державні інтереси і здійснювана на безоплатній основі.

6. За призначенням реклама є:

- а) рубрична - для поширення інформації про продаж послуги чи події;
- б) розпродажів - для оголошень розпродажів за зниженими цінами;

- в) роз'яснювально-пропагандистська - для відстоювання конкретної ідеї;
- г) корпоративна - реклама створює образ фірми або сприятливе уявлення про неї.

7. Залежно від поставлених завдань (цілей просування), реклама є:

- а) в пресі - в газетах, журналах, довідниках, телефонних книгах тощо;
- б) інформативна (інформує) - призначена для інформування громадськості про існування або якості товарів;
- в) друкована - проспекти, каталоги, буклети, плакати, календарі та ін.;
- г) екранна - кіно, телебачення, слайди.

8. Залежно від способів поширення інформації, реклама в:

- а) пресі - в газетах, журналах, довідниках, телефонних книгах тощо;
- б) нагадувальна - застосовується для того, щоб змусити споживачів згадати про товар (завдання створення вторинного попиту), використовується на етапі зрілості;
- в) підкріплювальна - нагадування споживачам про те, що товар може скоро знадобитися, повідомляється де його можна купити;
- г) стабілізуюча - відповідальна за збереження клієнтів і обсягу продажів, яка формує контингент постійних клієнтів.

9. За способом вираження реклама є:

- а) по радіо;
- б) «м'яка» - створює навколо товару сприятливу атмосферу;
- в) вулична;
- г) поштове розсилання.

10. Залежно від засобів реклами, що використовуються:

- а) реклама в газетах;
- б) журнальна реклама;
- в) реклама по телебаченню;
- г) усі відповіді вірні.

1. Торговельна реклама – це:

- а) спеціальна інформація про продукцію;
- б) інформація, яка розповсюджується в будь-якій формі;
- в) інформація, яка розповсюджується в будь-який спосіб;
- г) усі відповіді вірні.

12. Торговельна реклама надає інформацію про:

- а) існування товарів певної марки де можна придбати товар;
- б) споживчу характеристику товарів та їх ціну;
- в) престижність фірми, модні товари і новинки;
- г) усі відповіді вірні.

13. Роль торгової реклами у торгівлі:

- а) підвищується якість торговельного обслуговування покупців;
- б) збільшуються витрати на обіг;
- в) зростає вартість товарів;

г) усі відповіді вірні.

14. Друкована багатотиражна реклама (внутрішній носій) - це:

- а) вивіски, плакати, афіші, покажчики, прейскуранти;
- б) вивіски, табло і покажчики;
- в) кіноролики в кінотеатрах;
- г) листівки, пам'ятки, етикетки, вкладиші, тексти.

15. Плакатно-графічна реклама (зовнішній носій) - це:

- а) звернення, статті, календарі, каталоги, листи і листівки;
- б) рекламні оголошення, вуличні плакати, панно, транспоранти, щити, афіші на транспорті;
- в) телеекрани поза торговими закладами;
- г) реклама в радіомережі.

16. Світлова реклама (внутрішній носій) - це:

- а) вивіски, табло і покажчики;
- б) реклама в торгових закладах, на телебаченні;
- в) вивіски, плакати, афіші, покажчики, прейскуранти;
- г) кіноролики в кінотеатрах.

17. Відеореклама (зовнішній носій) - це:

- а) світлові панно, щити, «рядок, що біжить»;
- б) кіноекрани;
- в) телеекрани поза торговими закладами;
- г) реклама в радіомережі;

18. Магазин-склад – це:

- а) торговельний підрозділ, який здійснює оптову реалізацію товарів за зниженими цінами з мінімумом торгових послуг;
- б) торгове підприємство, яке здійснює оптову реалізацію товарів за зниженими цінами з мінімумом торгових послуг;
- в) торгове підприємство, яке здійснює оптову і роздрібну реалізацію товарів за зниженими цінами з мінімумом торгових послуг;
- г) торгове підприємство, яке здійснює роздрібну реалізацію товарів за зниженими цінами з мінімумом торгових послуг.

19. До стимульовального обладнання належать:

- а) спеціальне рекламне обладнання для демонстрування товару;
- б) демонстраційні стенди;
- в) комп'ютери, телевізори інтерактивної дії;
- г) усі відповіді вірні.

20. Можна збільшити продаж товару тільки за рахунок його перестановки (із рівня рук на рівень очей — на:

- а) 60 %;
- б) 63 %;

в) 65 %;

г) 68 %.

21. Можна збільшити продаж товару тільки за рахунок його перестановки (із рівня підлоги до рівня рук — на:

а) 34 %;

б) 36 %;

в) 32 %;

г) 35 %.

22. Можна збільшити продаж товару тільки за рахунок його перестановки (із рівня підлоги до рівня очей — на:

а) 74 %;

б) 76 %;

в) 78 %;

г) 80 %.

Практичне заняття 15

Тема 15. Умови праці працівників та режим роботи магазину

Мета: Ознайомитися з організацією праці в магазинах і на складах

Завдання для самостійної підготовки

Вивчити:

- сутність та особливості організації праці в торгівлі;
- фактори впливають на характер праці;
- порядок організації праці на складах;
- порядок розподілу праці на складах за товарно-галузевими, функціональними, кваліфікаційними і поопераційними ознаками.

Ознайомитися:

- з порядком організації робочих місць на складі;
- з порядком організації матеріальної відповідальності в торгівлі;

Засоби навчання: персональний комп'ютер чи ноутбук, офісне програмне забезпечення, можливість підключення до Інтернету, лекційні матеріали, система Е-навчання БНАУ (на платформі Moodle).

Практичні завдання:

Завдання 1. Розрахуйте планову чисельність персоналу в продовольчому магазині. Площа магазину 250 м². Передбачено 4 секції (відділу). Режим роботи магазину – полутора-змінний, без вихідних днів. Встановлено норматив часу роботи завідувачів секціями за прилавком - 0,45. Норма часу на підготовчі операції - 20 хвилин у день.

Завдання 2. Розрахуйте середнеспискову чисельність персоналу магазину за рік. Магазин відкрився в червні 2017 року. Среднеспискова чисельність у червні склала 12 осіб, у липні - 27 осіб, у серпні - 28 осіб, у вересні - 28 осіб, у жовтні - 28 осіб, у листопаді - 32 осіб, у грудні - 36 осіб.

Тестові завдання:

1. Праця працівників торгівлі – це:

- а) організована діяльність, спрямована на доведення матеріальних благ із сфери постачання у сферу виробництва;
- б) організована діяльність, спрямована на доведення матеріальних благ із сфери виробництва у сферу споживання;
- в) вільна діяльність, спрямована на доведення матеріальних благ із сфери споживання у сферу інвестування;
- г) вільна діяльність, спрямована на доведення матеріальних благ із сфери інвестування у сферу постачання.

2. Процес праці в торгівлі являє собою взаємодію основних елементів:

- а) праці працівників торгівлі, засобів та предметів праці;
- б) праці працівників торгівлі, інвестиції, прибуток;
- в) праці працівників торгівлі, необоротні засоби, оборотні засоби;
- г) праці працівників торгівлі, засобів та предметів праці.

3. Предметом праці торгових працівників є:

- а) товари, основні і оборотні засоби;
- б) товари, оборотні засоби;
- в) товари, послуги і тара;
- г) послуги, основні і оборотні засоби.

4. Засоби праці - це :

- а) будівлі і споруди;
- б) транспортні засоби;
- в) торгово-технологічне обладнання;
- г) усі відповіді вірні.

5. Процес праці - це взаємодія:

- а) предметів праці і праці працівників торгівлі в організації доведення товарів до споживачів;
- б) засобів праці і праці працівників торгівлі в організації доведення товарів до споживачів;
- в) предметів праці, засобів праці, праці працівників торгівлі в організації доведення товарів до споживачів;
- г) предметів праці і засобів праці в організації доведення товарів до споживачів.

6. Організація праці в торгівлі - це сукупність:

- а) організаційних, технічних і економічних заходів, спрямованих на доцільне і ефективне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів при продажу товарів і обслуговуванні покупців;
- б) технологічних, технічних і економічних заходів, спрямованих на доцільне і ефективне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів при продажу товарів і обслуговуванні покупців;
- в) організаційних, технічних і фінансових заходів, спрямованих на доцільне і ефективне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів при продажу товарів і обслуговуванні покупців;
- г) господарських, технічних і економічних заходів, спрямованих на доцільне і ефективне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів при продажу товарів і обслуговуванні покупців.

7. Максимально можлива економія живої та уречевленої праці при виконанні торгово-технологічних операцій відбувається при задачі:

- а) техніко-технологічній;
- б) економічній;
- в) психофізіологічній;
- г) соціальній.

8. Кваліфікація — це:

- а) сукупність спеціальних знань та практичних навиків;
- б) вміння створювати матеріальні блага;
- в) здатність працівника виконувати певний обсяг роботи;
- г) усі відповіді вірні.

9. Персонал складу, як правило, включає працівників таких категорій:

- а) вантажники;
- б) бухгалтер;
- в) товарознавець;
- г) усі відповіді вірні.

10. Важлива особливість структурного складу трудових ресурсів в торгівлі полягає в тому, що у загальній кількості жінки становлять понад:

- а) 50 %;
- б) 65 %;
- в) 75 %;
- г) 85 %.

11. Фізичне навантаження на одного продавця продовольчого магазину за зміну іноді досягає:

- а) 700 кг;
- б) 800 кг;
- в) 900 кг;
- г) 950 кг.

12. Фізичне навантаження на одного продавця продовольчого магазину при виконанні вантажно-розвантажувальних робіт з переміщення вантажу досягає:

- а) 1000 кг;
- б) 1100 кг;
- в) 1200 кг;
- г) 1300 кг.

13. Протягом години контролер-касир може обслужити до:

- а) 90 осіб;
- б) 100 осіб;
- в) 120 осіб;
- г) 140 осіб.

14. Коли продавця і товари від покупця відділяє прилавок, - це:

- а) відкрите робоче місце;
- б) напіввідкрите робоче місце;
- в) закрите робоче місце;
- г) усі відповіді вірні.

15. Товари для безпосереднього продажу, що знаходяться на робочому місці продавця, - це:

- а) робочий запас;
- б) виставочний запас;
- в) резервний запас;
- г) усі відповіді вірні.

16. Товари розміщують біля виходу з торговельного залу, - це:

- а) нові товари;
- б) старі товари;
- в) малогабаритні і легкі товари;
- г) великогабаритні і важкі товари.

17. Товари однакового найменування викладають на полицях однієї гірки в кілька рядів зверху донизу, - це:

- а) горизонтальний спосіб викладки;
- б) вертикальний спосіб викладки;
- в) комбінований спосіб викладки;
- г) усі відповіді вірні.

18. Документ, який представляє перелік всіх посад із зазначенням кількості працівників та передбачених ставок і окладів (при тарифній системі оплати праці):

- а) список персоналу;
- б) штатний розклад;
- в) відомість працюючого персоналу;

г) реєстр кадрового забезпечення.

19. Температура повітря в торговому залі і підсобних приміщеннях магазину в холодний період року повинна бути в межах

- а) 19-25°C;
- б) 18-26°C;
- в) 20-24°C;
- г) 17-22°C.

20. Температура повітря в торговому залі і підсобних приміщеннях магазину в теплий період повинна не перевищувати:

- а) 25°C;
- б) 26°C;
- в) 27°C;
- г) 28°C.

21. Згідно санітарним нормам швидкість руху повітря в приміщеннях в теплий період року може бути в межах:

- а) від 0,2 до 0,5 м/с;
- б) від 0,3 до 0,5 м/с;
- в) від 0,3 до 0,6 м/с;
- г) від 0,4 до 0,6 м/с.

22. Згідно санітарним нормам швидкість руху повітря в приміщеннях в холодний період року - не більше:

- а) 0,1 м/с;
- б) 0,2 м/с;
- в) 0,3 м/с;
- г) 0,4 м/с.

23. Відносна вологість повітря в холодний і перехідний періоди року повинна перевищувати:

- а) 70%;
- б) 75%;
- в) 77%;
- г) 80%.

24. Відносна вологість повітря в теплий період року повинна бути в межах:

- а) від 53% (при 28 °с) до 73% (при 24 °с);
- б) від 54% (при 28 °с) до 74% (при 24 °с);
- в) від 55% (при 28 °с) до 75% (при 24 °с);
- г) від 56% (при 28 °с) до 76% (при 24 °с).

25. У робочих приміщеннях магазину концентрація пилу в повітрі не повинна перевищувати:

- а) 10 мг/м³;
- б) 11 мг/м³;

в) 12 мг/м³;

г) 13 мг/м³.

26. Гранично допустимий рівень шуму для торгових залів магазинів становить:

а) 48-58 дб.;

б) 50-60 дб.;

в) 52-62 дб.;

г) 54-64 дб..

27. Письмовий договір про повну матеріальну відповідальність у торговельному підприємстві може бути укладений тільки з працівниками, що досягли:

а) 16-річного віку;

б) 18-річного віку;

в) 20-річного віку;

г) 23-річного віку.

4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання до теми 1

1.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Місце торгівлі в економічній системі.
2. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції.
3. Основи організації внутрішньої торгівлі.
4. Поняття внутрішньої торгівлі.
5. Функціональна структура торгівлі.
6. Організаційні форми торгівлі.
7. Соціальні форми торгівлі та перспективи їх розвитку.
8. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України.
9. Галузеві особливості торговельних підприємств.

1.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України.

2. Мережеві торговельні компанії: перспективи розвитку та передумови ефективного функціонування.

3. Сутність соціальної та економічної ефективності роздрібно торгівлі. розвиток внутрішньої торгівлі в Україні на тлі загальних економічних тенденцій.

Завдання до теми 2

2.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Роздрібна торгівля: суть та еволюція поглядів.
2. Роздрібна торгівля - активний елемент маркетингу.
3. Основні тенденції та перспективи роздрібно торгівлі.
4. Комерційна діяльність в роздрібній торговельній організації.
5. Організацію продажу товарів у системі роздрібно торгівлі. Форми і методи продажу.

2.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Поняття і функції роздрібно торгівлі.
2. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі.
3. Фактори розвитку роздрібно мережі, її роль та значення.
4. Фактори впливу, основні вимоги та принципи організації процесу товаропостачання підприємств роздрібно торгівлі.
5. Процес товаропостачання роздрібних підприємств.
6. Характеристика продажу товарів через прилавок обслуговування.
7. Самообслуговування як метод магазинного роздрібно продажу товарів.

8. Сутність продажу товарів за зразками.
9. Продаж товарів на замовлення покупців.

Завдання до теми 3

3.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Особливості торговельної діяльності в підприємствах оптової торгівлі.
2. Проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі в сучасних умовах.
3. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.

3.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Сутність, види і функції оптової торгівлі.
2. Фактори потреби у виникненні і функціонуванні оптових підприємств па ринку.
3. Роль і значення оптової торгівлі у процесі розподілу товарів.
4. Характеристика організаційної структури оптової торгівлі.
5. Визначення і форми оптових закупівель. Етапи організації оптових закупівель.
6. Організація та документальне оформлення оптових закупівель.
7. Методи організації оптового продажу товарів.
8. Сутність та основні методи оптового продажу товарів.
9. Організація транзитного продажу (товароруху).
10. Методи продажу товарів зі складу.
11. Організація дрібнооптового продажу товарів.

Завдання до теми 4

4.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Сутність та види торговельно-посередницької діяльності.
2. Торговельна і посередницька діяльність як складові маркетингу.
3. Характеристика суб'єктів торговельно-посередницької діяльності що здійснюють торгівлю.
4. Основні типи торговельних посередників та специфіка їх роботи.
5. Винагорода та мотивація торговельних посередників.
6. Нормативно-правова база торговельно-посередницької діяльності.

4.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Поясніть різницю між торговельно-посередницькою та посередницькою діяльністю
2. Зміст та види торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку.
3. Види торговельних посередників та відмінності їхньої діяльності від оптових торговельних підприємств.
4. Відмінність торговельного посередника від оптового покупця.
5. Торговельно-посередницькі структури та особливості їхньої діяльності.

6. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності.
7. Комісійна торгівля як форма внутрішньої торговельно-посередницької діяльності.
8. Види та особливості консигнаційної торгівлі.
9. Що є спільного і в чому різниця між комісійною та консигнаційною торгівлею.
10. Умови співробітництва простих посередників.

Завдання до теми 5

5.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Зберігання товарів на товарному складі
2. Складське господарство і його роль в оптовій торгівлі
3. Товарні оптові склади: поняття, призначення, функції
4. Технологія складських операцій
5. Магазини і товарні склади при магазинах
6. Формування асортименту і управління товарними запасами на складах і в магазинах
7. Формування асортименту товарів та послуг у різних типах торгових підприємств
8. Методологічні основи складської діяльності
9. Управління товарними запасами на складах оптової торгівлі
10. Технологічні вимоги до будови та обладнання товарних складів

5.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Суть оптового торговельного підприємства
2. Ознаками, за якими класифікують оптові торговельні підприємства
3. Функції, які виконують оптові торговельні формування
4. Основні ознаки класифікації складів
5. Вимоги, які ставляться до конструктивних рішень загальнотоварних складів
6. Торгово-технологічний процес складу
8. Завдання організації процесів приймання товарів на складах
9. Вимоги, які висуваються щодо організації розміщування товарів на складах
10. Порядок відпуску товарів зі складу

Завдання до теми 6

6.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Розширення джерел постачання товарних ресурсів споживчих товарів в сучасних умовах.
2. Оптимізація товарних запасів – важлива умова ефективної роботи підприємства торгівлі.

3. Закупівельна політика підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання.

4. Стратегія управління товарними запасами торговельного підприємства.

5. Оптимізація партії постачання ресурсів товарів в підприємствах торгівлі.

6.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Економічний зміст товарних ресурсів та товарних запасів торговельного підприємства.

2. Показники, що характеризують стан товарних запасів торговельного підприємства.

3. Фактори, що обумовлюють обсяги та швидкість обертання товарних запасів.

4. Сутність, призначення, принципи та методи розробки нормативів товарних запасів.

5. Обґрунтування обсягу і структури надходження товарів.

6. Оцінка ефективності комерційних угод із закупівлі товарів.

Завдання до теми 7

7.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Транспортні операції: роль та організація.

2. Транспортно-експедиторська діяльність

3. Суть і класифікація транспортно-експедиційних послуг.

4. Організація перевезення вантажів.

7.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Організація перевезень вантажів автомобільним транспортом.

2. Методи організації перевезень товарів.

3. Розрахунок найкоротших відстаней.

4. Призначення маршрутів руху автомобілів.

5. Вибір автомобілів на м'ячникових і колових маршрутах.

6. Визначення основних показників роботи автомобілів на маршрутах.

7. Узгодження роботи транспортних засобів і вантажних пунктів.

8. Складання заявки на перевезення вантажу.

Завдання до теми 8

8.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Роль упаковки (тари) у процесі обігу товарів. Класифікація тари.

2. Організація тарних операцій у торговельних підприємствах.

3. Обладнання для пакування і зберігання товарів.

4. Уніфікація та стандартизація тари.

5. Організація тарного господарства в торгівлі.

8.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Визначення тари, її класифікація та призначення.
2. Вимоги пред'являються до тари.
3. Суть поняття «тарооборот».
4. Правила приймання і розкриття тари.
5. Правила повернення тари.
6. Порядок оплати за тару.
7. Заходи по скороченню витрат по тарі.
8. З чого складаються втрати по тарі.
9. Заходи, що належать до організаційно-технічних заходів по скороченню витрат по тарі.
10. Заходи, що належать до економічних заходів щодо скорочення витрат по тарі.

Завдання до теми 9

9.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Розвиток корпоративних торговельних мереж в Україні.
2. Процеси глобалізації та роздрібна торгівля України.
3. Організація торгівлі в супермаркетах.
4. Тенденції розвитку нових роздрібних форматів в зарубіжних країнах та в Україні.
5. Торговий центр як форма комплексного обслуговування споживачів.
6. Сучасні формати роздрібногo бізнесу в Україні.
7. Сучасні формати торгівлі продовольчими товарами.
8. Сучасні формати торгівлі непродовольчими товарами.
9. Тенденції розвитку світових торговельних мереж.
10. Організація торгівлі ексклюзивними товарами.

9.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Організація розміщення роздрібногo торговельногo мережі у містах. Вибір місця розташування магазину.
2. Особливості розміщення сільськогo роздрібногo торговельногo мережі.
3. Організація фірмовогo торговельногo мережі та її основні напрями розвитку в Україні.
4. Показники ефективності функціонування роздрібногo торговельногo мережі.

Завдання до теми 10

10.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Сутність продажу товарів в магазинах самообслуговування на прикладі ...
2. Планування торговельногo залу магазину самообслуговування.
3. Викладка товарів у торговельному залі та формування асортименту товарів.

4. Організація процесу обслуговування покупців, реклами та інформації у магазині.

5. Шляхи підвищення ефективності продажу товарів у магазинах самообслуговування.

10.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Завдання торгівлі щодо поліпшення торговельного обслуговування в сучасних умовах.

2. Культура торгівлі та її складові компоненти.

3. Шляхи підвищення культури торгівлі.

4. Продаж товарів, його економіко-правовий зміст.

5. Підготовка товарів до продажу, її місце і значення в організації торгово-технологічного процесу.

6. Форми роздрібного продажу товарів, їх стан і розвиток в Україні.

7. Самообслуговування - ведуча форма продажу товарів, основні вимоги до організації процесу продажу товарів у магазинах самообслуговування.

8. Інші форми продажу товарів у магазинах, їх характеристика.

9. Позамагазинні форми роздрібного продажу товарів.

10. Послуги, що надаються покупцям, їх класифікація і розвиток у ринкових умовах.

11. Порядок здійснення торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування покупців.

12. Показники рівня культури обслуговування покупців, методика визначення їх рівня.

Завдання до теми 11

11.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Законодавчі аспекти здійснення торгівлі за межами торговельного приміщення (виїзна торгівля).

2. Позамагазинні форми продажу товарів, їх значення та умови функціонування.

3. Організація дрібнороздрібної торгівлі, її ефективність.

4. Торгівля на ярмарках, виставках та базарах, особливості їх організації.

5. Електронна торгівля, її особливості та ефективність.

6. Нові форми помагазинних продажів товарів.

11.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Форми продажу товарів, які належать до позамагазинних.

2. Мета організації дрібнороздрібної торгівлі.

3. Документи, які регламентують продаж товарів у кіосках і палатках.

4. Особливості формування асортименту підприємств дрібнороздрібної торговельної мережі.

5. Мета організації торгівлі через автомагазини. Асортимент товарів, що найбільш часто реалізується через них.

6. Ярмарок з роздрібного продажу товарів. Класифікація ярмарків. Організація продажу товарів на ярмарку.

7. Що таке базар. Асортимент товарів, що може реалізовуватися під час проведення передсвяткового базару.

8. Сутність нових форм позамагазинного продажу товарів. Їхні переваги.

Завдання до теми 12

12.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Торгівля на ринках та її сутність - як особлива форма торговельно-сервісного обслуговування.

2. Поняття ринкового господарства.

3. Класифікація підприємств ринків.

4. Організаційно-економічний статус підприємств ринків.

5. Система послуг та її організація у торгівлі на ринках.

12.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Сутність торгівлі на ринках.

2. Роль і значення торгівлі на ринках.

3. Поняття ринкового господарства і класифікація підприємств ринків.

4. Організаційно-економічний статус підприємств ринків.

5. Структурні елементи підприємства ринків.

Завдання до теми 13

13.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1. Послуги як елемент культури торгівлі та фактор підвищення її ефективності.

2. Культура торгівлі та показники її рівня.

3. Норми і правила торговельного обслуговування.

4. Права споживачів та форми їх захисту.

5. Порядок заняття торговельною діяльністю в Україні. Правове регулювання здійснення торговельної діяльності.

6. Основні санітарні вимоги до торговельного підприємства та його працівників.

7. Зарубіжний досвід в регулюванні торговельної діяльності.

13.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1. Форми і методи продажу (магазинна форма продажу, позамагазинні форми продажу, особливі форми продажу).

2. Магазинні методи продажу товарів: зміст, організація, ефективність.

3. Особливості організації процесу продажу товарів у гіпермаркеті.

4.Економічна ефективність роботи гіпермаркету Епіцентр.

5.Заходи, щодо підвищення якості торговельного обслуговування споживачів.

6.Проблемні питання, що виникають в процесі контролю відповідних установ за діяльністю підприємств торгівлі, які методи їх вирішення існують.

Завдання до теми 14

14.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1.Сутність та значення реклами в діяльності торговельних підприємств.

2.Поняття та завдання торговельної реклами.

3.Форми реалізації реклами торговельного підприємства.

4.Рекламні засоби та їх характеристика.

5.Роль та функції внутрімагазинної інформації.

6.Ефективність реклами та методи її визначення.

14.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1.Відмінність торговельної реклами від реклами взагалі.

2.Які види рекламних засобів Ви знаєте.

3.Які принципи застосування торговельної реклами.

4.У чому переваги радіо- та телереклами.

5.Яке місце займають виставки та ярмарки в арсеналі засобів рекламного впливу.

6.Які види сучасних рекламних засобів Ви знаєте.

7.У чому полягає робота паблік рілейшнз.

Завдання до теми 15

15.1. Вибрати одну із запропонованих тем і написати есе:

1.Організація робочого місця продавця.

2.Професійна етика продавця.

3.Поняття умов праці в торгівлі та їх оцінка.

4.Організація та обслуговування робочих місць на підприємствах торгівлі.

5.Оцінка ефективності організації праці на підприємствах торгівлі.

6.Ринок праці та його особливості в торгівлі.

7.Сучасні підходи до розробки регламентів корпоративної культури.

15.2. Самостійно вивчити наступні питання:

1.Які існують особливості організації праці в торгівлі. Що являє собою поняття організація праці в торгівлі.

2.Які фактори впливають на характер праці в торгівлі.

3.Що являють собою предмети та засоби праці.

4.Які особливості організації праці на складах.

5. Як розподіляється праця на складах за товарно-галузевими, функціональними і поопераційними ознаками.

6. Які принципи організації робочого місця на складі.

7. Які особливості організації праці в роздрібній торгівлі.

8. Охарактеризуйте основні категорії працівників магазину.

9. Які вимоги висуваються до організації робочого місця в магазині.

10. Умови праці працівників та режим роботи магазину.

11. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.

4.ПИТАННЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

Модульний контроль 1

1. Місце торгівлі в економічній системі.
 2. Організаційні форми торгівлі.
 3. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України.
 4. Сутність та функції роздрібно́ї торгівлі.
 5. Види та класифікація торговельних об'єктів.
 6. Поняття торговельної організації, торговельної системи.
 7. Організаційна структура торговельних підприємств.
 8. Сутність та функції оптової торгівлі.
 9. Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки.
 10. Класифікація оптових торговельних підприємств.
 11. Організаційна структура оптових підприємств, роль організаційних підрозділів оптових підприємств в організації торгово-технологічного процесу.
 12. Організація оптової торгівлі в країнах ринкової економіки.
 13. Роль, функції та класифікація оптових посередників.
 14. Види оптових посередників.
 15. Організатори оптового обороту, їх роль та функції у формуванні оптового ринку.
 16. Суть складського технологічного процесу, принципи його організації та складові частини.
 17. Організація приймання товарів за кількістю та якістю на товарному складі. Розміщення та раціональне зберігання товарів на складі, шляхи скорочення товарних збитків.
 18. Техніко-економічні показники використання складів.
 19. Значення та завдання товаропостачання роздрібно́ї торговельної мережі.
- Фактори, що впливають на організацію товаропостачання.
20. Форми та методи товаропостачання.
 21. Транзитна та складська форми товаропостачання, умови застосування.
- Централізований і децентралізований методи товаро-постачання роздрібно́ї торговельної мережі.
22. Формування маршрутів і графіків завезення товарів.
 23. Управління товаропостачанням роздрібно́ї торговельної мережі.
 24. Роль транспорту у перевезенні товарів та його види.
 25. Планування перевезень товарів.
 26. Поняття упаковки та тари, їх роль в процесі обігу товарів.
 27. Вимоги, що висуваються до тари.
 28. Класифікація та основні види тари.

29. Маркування тари, види маркування.

30. Поняття тарообігу: організація приймання, відкриття, зберігання та повернення тари.

Модульний контроль 2

1. Роздрібна торговельна мережа, її соціально-економічне значення.

2. Види роздрібно-торговельної мережі.

3. Спеціалізація, її основні переваги та недоліки.

4. Типізація магазинів, основні типи магазинів.

5. Принципи розміщення роздрібно-торговельної мережі в міській та сільській місцевості.

6. Сутність та зміст торгово-технологічного процесу в магазині.

7. Організація продажу товарів за різними формами та методами.

8. Позамагазинні форми продажу товарів, їх соціально-економічне значення.

Поняття дрібно-роздрібно-торговельної мережі, її класифікація.

9. Нові форми позамагазинного продажу товарів: електронна торгівля, продаж товарів на замовлення, продаж товарів через аукціони.

10. Організація торгівлі на ринку.

11. Особливості торгівлі продовольчими товарами на ринку.

12. Особливості торгівлі непродовольчими товарами на ринку.

13. Система торговельного обслуговування, її сутність, зміст та принципи організації.

14. Характеристика складових системи торговельного обслуговування.

15. Зовнішні та внутрішні елементи, що впливають на якість торговельного обслуговування.

16. Психологічні аспекти торговельного обслуговування.

17. Поняття та завдання торгової реклами.

18. Рекламні засоби та їх характеристика.

19. Форми реалізації реклами торговельного підприємства: рекламне оголошення, рекламні цикли, рекламна кампанія.

20. Роль та функції внутрішньої інформації.

21. Рекламно-інформаційне оформлення торговельного залу.

22. Оформлення інтер'єру магазину.

23. Організація та принципи оформлення вітрин.

24. Оцінка економічної ефективності реклами торговельного підприємства

25. Сутність та особливості організації праці в торгівлі.

26. Організація праці на складах.

27. Організація праці в роздрібній торгівлі.

28. Організація робочого місця в магазині.

29. Умови праці працівників та режим роботи магазину.

30. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.

5.ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНІ ЗАВДАННЯ

Варіант 1

Завдання 1.

Визначити відносні величини планового завдання, виконання плану і динаміки та дати економічну характеристику отриманим результатам.

Товарооборот торговельногopідприємства за рік становить:

- 1) фактично за минулий рік - 4955 тис. грн.;
 - 2) план на звітний рік - 5440 тис. грн.;
- фактично за звітний рік - 5790 тис. грн.

Завдання 2.

Визначити план надходження товарів для торговельного підприємства і забезпеченість товарообороту товарнимиресурсами.

План роздрібного товарообороту на рік - 5800 тис. грн., у тому числі ІVкварталу - 2080 тис. грн. Природні втрати товарів плануються в розмірі 0,4 % від товарообороту, а розмір уцінки - 0,6 %, товарні запаси на початок року - 820 тис. грн., на кінець - 55 днів.

Торговельне підприємство уклало договори поставки товарів на 5500 тис. грн.

Яких заходів необхідно вжити в ситуації, що склалася?

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 2

Завдання 1.

Визначити всі можливі відносні величини. Дати економічну характеристику отриманим результатам.

Фактичний товарооборот торговельного підприємства - 612 тис. грн., у тому числі: оборот з продажу продовольчих товарів - 3754,3 тис. грн.; оборот з продажу непродовольчих товарів - 1857,7 тис. грн. Торговельна площа підприємства - 46,8 тис. м², кількість населення, яке обслуговується - 46,8 тис. осіб.

Завдання 2.

Визначити план надходження товарів для торговельного підприємства.

План роздрібного товарообороту на рік - 5200 тис. грн.

Фактичні товарні запаси - 920 тис. грн., у тому числі товарні запаси на суму 30 тис. грн. неходові, які намічено уцінити на 20 %.

Природні втрати товарів становлять 0,3 % від товарообороту.

Інше вибуття товарів заплановано в сумі 15 тис. грн.

Норматив товарних запасів - 980 тис. грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 3

Завдання 1.

Визначити динаміку товарообороту торговельного підприємства в діючих і порівнянних цінах і дати їм оцінку.

План товарообороту торговельного підприємства на рік -5070 тис. грн.
Фактичне виконання плану:

- 1) за звітний рік -5612,5 тис. грн.;
- 2) за минулий рік -4813,4 тис. грн.

Ціни на продукцію у звітному році підвищилися на 9,1 %.

Завдання 2.

Розрахувати прогноз щодо ефективності проведення виставки-продажу швейних виробів.

Дані для розрахунку:

- очікуваний обсяг продажу - 94 тис. грн.;
- середній рівень витрат обігу - 17,2 %;
- середній рівень торговельної надбавки - 28,5 %;
- податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Зробити висновки про доцільність проведення виставки-продажу.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 4

Завдання 1.

Визначити всі можливі відносні величини, якщо:

- фактична сума витрат - 1165 тис. грн.;
- фактична сума доходу - 1562 тис. грн.;
- товарооборот плановий - 4050 тис. грн.;
- фактичний -5070 тис. грн.

Які відносні величини Ви визначили?

Завдання 2.

Визначити ефективність майбутньої комерційної угоди з АТ"Кондитерська фабрика" на постачання кондитерських виробів за такими даними:

1. Сума майбутньої комерційної угоди - 310 тис. грн.
2. Прогнозований прибуток від комерційної угоди -25 тис. грн.
3. Податок на прибуток - згідно з чинним законодавством.
4. Витрати обігу - 55,2 тис. грн.

Зробити висновки про доцільність укладання комерційної угоди.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 5

Завдання 1.

Визначити середню вологість борошна. Для аналізу вологості борошна відібрано проби й отримано такі результати:

- 20 ц вологістю 14,0 %;
- 18 ц вологістю 13,6 %;
- 16 ц вологістю 14,2 %.

Завдання 2.

Провести аналіз продуктивності праці працівників торговельного підприємства і дати оцінку її зміни в умовах інфляції.

№ з/п	Показник	Одиниця виміру	Минулий рік	Звітний рік
1	Товарооборот	тис. грн	4810	5280
2	Кількість працівників	осіб	46	45
3	Індекс цін	-	-	1,094

Зробити висновки.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 6

Завдання 1.

Визначити середню місячну заробітну плату працівників магазину з використанням середньої арифметичної простої та середньої арифметичної зваженої.

Кількість працівників, осіб	Фонд місячної заробітної плати, грн.
5	7600
6	10585
9	10900

Яка з визначених середніх реально відображає середню заробітну плату одного працівника?

Завдання 2.

Визначити вплив продуктивності праці та середньооблікової кількості працівників на зміну роздрібного товарообороту торговельного підприємства у звітному році порівняно з минулим.

№ з/п	Показник	Попередній рік	Звітний рік
1	Роздрібний товарооборот, грн	4900	5350
2	Середньооблікова кількість працівників, осіб	160	163

Зробити висновки.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 7

Завдання 1.

За даними таблиці визначте середню ціну 1 кг картоплі із застосуванням різних форм середніх величин.

Магазин	Ціна 1 кг картоплі, грн.	Кількість проданої картоплі, кг	Виручка від продажу, грн.
№ 1	12,50	2230	?
№ 2	12,80	988	?
№ 3	13,10	1770	?

Завдання 2.

Провести аналіз показників із праці та заробітної плати торговельного підприємства за звітний рік .

№ з/п	Показник	Одиниця виміру	План	Фактично
1	Товарооборот	тис. грн	4670	5215
2	Фонд оплати праці: у сумі у % до товарообороту	тис.грн %	2,8	134
3	Середньооблікова кількість працівників, осіб	осіб	70	72

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 8

Завдання 1.

На основі даних визначити середні товарні запаси за I квартал.

Фактичні товарні запаси становили:

на 1 січня - 3440 тис. грн.;

на 1 лютого - 3390 тис. грн.;

на 1 березня - 3670 тис. грн.;

на 1 квітня - 3218 тис. грн.

Який вид середньої величини Ви використали?

Завдання 2.

Визначити необхідну кількість продавців для торговельного залу.

У магазині 20 робочих місць для продавців.

Кількість годин роботи підприємства за тиждень згідно зі встановленим графіком роботи - 72 год.

Кількість годин, потрібних для підготовчих та завершальних операцій на тиждень, - 10.

Норматив фонду робочого часу одного продавця на тиждень - 56 годин.

Магазин працює без вихідних.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 9

Завдання 1.

Визначити показники ряду динаміки ланцюговим методом: абсолютний приріст, темпи росту і приросту та абсолютне значення одного відсотка приросту.

Товарооборот торговельного підприємства характеризується такими даними:

(тис. грн.)

1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
27000	29 600	30 600	38 800	44 600

Завдання 2.

Витрати обігу магазинів власника за I квартал звітного року характеризуються такими даними:

Магазини	Рівні витрат обігу, % до товарообороту	
	I квартал звітного року, тис. грн	I квартал минулого року, %
Магазин «Меркурій»	19,52	19,94
Магазин «Гермес»	25,04	25,46
Магазин «Велес»	20,51	23,71

Визначити:

1) розмір зміни рівня витрат обігу;

2) темп зміни рівня витрат обігу.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 10

Завдання 1.

Визначити показники ряду динаміки базисним методом: абсолютний приріст, темпи росту і приросту та абсолютне значення одного відсотка приросту.

Товарооборот підприємства ресторанного господарства характеризується такими даними:

(тис. грн.)

1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
27000	29 600	30 600	38 800	44 600

Завдання 2.

Визначити фактичний рівень витрат обігу за I квартал звітнього року; розмір зміни рівня витрат обігу; абсолютну суму економії (перевитрат) витрат обігу за такими даними:

№ з/п	Назва статей	Рівні витрат обігу, % до товарообороту	
		I квартал звітнього року, %	I квартал минулого року, тис. грн
1	Витрати на транс-портування товарів	4,17	173,5
2	Витрати на оплату праці	6,23	253,0
3	Амортизація основних засобів	0,53	53,4
4	Витрати на поточний ремонт основних засобів	0,20	7,6
5	Витрати на оренду й утримання будинків, споруд, приміщення та інвентарю	1,64	81,7
	Усього витрат	22,25	877,4

Роздрібний товарооборот торговельної мережі:

I квартал минулого року - 4876 тис. грн;

I квартал звітнього року - 4630 тис. грн.

Зробити висновки.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 11**Завдання 1.**

Визначити індивідуальні індекси цін, кількості й товарообороту на основі даних таблиці:

Продукти	Базисний період		Звітний період	
	Ціна за 1 кг, грн	Кількість, кг	Ціна за 1 кг, грн	Кількість, кг
Картопля	12,30	100	12,50	105
Капуста	13,40	20	13,80	25
Морква	16,90	10	17,10	8
Мясо	142,50	40	146,50	42

Завдання 2.

Визначити суму та рівень витрат на перевезення.

План роздрібного товарообороту (P) - 8720 тис. грн.

План надходження товарів (H) - 4500 тис. грн.

Середня ціна за 1 т товару (C) - 2,65 тис. грн.

Тара, у % до маси нетто товару ($T\%$) - 12,5 %.

Повторні перевезення, у % до фізичного вантажообороту ($П\%$) - 14%.

Тариф за перевезення 1 т товару (Tm) - 480,0 грн.

Тариф за вантажно-розвантажувальні роботи за 1 т товару (Trn) - 120,0 грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 12

Завдання 1.

Визначити загальні індекси ціни, кількості проданих товарів, товарообороту та суму втрат, яких зазнало населення від підвищення цін.

Продукти	Базисний період		Звітний період	
	Ціна за 1 кг, грн	Кількість, кг	Ціна за 1 кг, грн	Кількість, кг
Цукор	16,20	3600	17,80	3500
Борошно	13,30	4100	13,95	4300
М'ясо	142,00	7000	146,00	7200

Завдання 2.

Провести аналіз витрат торговельного підприємства за звітний рік.

№ з/п	Показник	Одиниця виміру	Минулий рік	Звітний рік
1	Витрати підприємства:			
	сума	тис. грн.	-	3941,3
	% до товарообороту	%	18,00	-
2	Товарооборот	тис. грн.	20 000	21 420

Зробити висновки.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 13

Завдання 1.

Визначити та оцінити показники ефективності використання основних засобів: фондодідачу, фондомісткість та фондоозброєність.

Товарооборот торговельного підприємства становив 3600 тис. грн.

Середньорічна вартість основних засобів - 2400 тис. грн.

Середньооблікова кількість працюючих - 120 осіб.

Завдання 2.

Провести аналіз витрат від звичайної діяльності торговельного підприємства (тис. грн).

№ з/п	Показник	Попередній рік	Звітний рік
1	Адміністративні витрати	640	729
2	Витрати на збут	800	828
3	Інші операційні витрати	160	135
4	Фінансові витрати	180	162
	Разом	?	?
	Товарооборот	8900	9000

Зробити висновки.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 14**Завдання 1.**

Визначити фондівдачу, фондомісткість основних засобів та фондоозброєність праці торговельного підприємства.

Вартість основних засобів на початок року - 3200 тис. грн., на кінець року - 3050 тис. грн. Обсяг товарообороту - 7130 тис. грн. Середньооблікова кількість робітників - 125 осіб.

Завдання 2.

Визначити суму і рівень витрат на освітлення магазину.

План роздрібного товарообороту на рік - 1620 тис. грн.

Площа торговельного залу - 245 м², площа підсобних приміщень - 100 м².

Норма освітленості на 1 м²:

- торговельного залу - 0,02 кВт/год.;
- підсобних приміщень - 0,01 кВт/год.

Кількість годин освітлення на день:

- торговельного залу - 6 год.;
- підсобних приміщень - 7 год.

Кількість робочих днів на рік - 312 днів.

Вартість 1 кВт/год. - 0,85 грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 15**Завдання 1.**

Провести аналіз роздрібного товарообороту торговельного підприємства "Мальва". (тис.грн.).

Показник	Минулий рік	Звітний рік	
		План	Фактично
Товарооборот торг.підпр. у т.ч.	230 000	241 500	246 330
магазин"Мальва"	11500	13 280	11824
магазин "Марія"	10 600	11500	12 750

Результат обчислень оформити у таблиці.Зробити висновки.

Завдання 2.

Провести аналіз витрат торговельного підприємства та визначити вплив товарообороту на рівень витрат.

№ з/п	Показник	План, %	Фактично, тис. грн.
1	Витрати - всього, у тому числі змінні	16,75 11,95	1477 -
	Товарооборот, тис. грн.	8230	8750

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 16**Завдання 1.**

Провести аналіз роздрібного товарообороту з асортименту торговельного підприємства.

(тис. грн.)

Група товарів	Минулий рік	Звітний рік	Індекс цін
Продтовари	4980	6198	1,091
Промтовари	3825	3831	1,121
Разом	8805	10029	x

Зробити висновки.

Завдання 2.

Визначити мінімально необхідний розмір та сумуторговельної надбавки по торговельному підприємству.

Витрати підприємства заплановано в розмірі 19,8 %, рентабельність - 8,5 %.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Оптово-відпускна ціна з ПДВ - 190 грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 17

Завдання 1.

Визначити обсяг роздрібного товарообороту торговельного підприємства на плановий рік за наведеними даними.

Фактичний товарооборот підприємства за звітний рік 17 500 тис. грн., у тому числі продаж організаціям - 1050 тис. грн.

На плановий рік передбачено приріст доходів населення на 12 %.

Коефіцієнт еластичності обсягу реалізації товарів від доходів населення - 0,85.

Продаж товарів організаціям не зміниться.

Завдання 2.

Визначити середній розмір торгової націнки за такими даними.

Продаж товарів за попередній місяць - 270 тис. грн.

Закупівельна вартість товарів - 202 тис. грн.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 18

Завдання 1.

Визначити обсяг роздрібного товарообороту торговельного підприємства на плановий рік на основі даних.

Роздрібний товарооборот у звітному році - 10 240 тис. грн., у тому числі продаж організаціям - 480 тис. грн.

Чисельність населення, яке обслуговується торговельним підприємством - 2800 осіб.

У плановому році чисельність населення залишиться на рівні звітного року, продаж на душу населення збільшиться на 5 %, організаціям - на 1,5 %.

Індекс цін передбачається - 1,094.

Завдання 2.

Визначити відпускну ціну виробничого підприємства на товар за такими даними.

1. Повна собівартість 1 л - 13,20 грн.

2. Рентабельність виробництва - 12 %.

3. Ставка акцизного податку - 1,16 грн.

4. Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 19

Завдання 1.

Визначити план товарообороту з кондитерських виробів за наведеними даних.

У звітному році продаж на душу населення кондитерських виробів становив 22 кг.

Грошові доходи населення, яке обслуговує торговельне підприємство, збільшаться на 8%.

Коефіцієнт еластичності попиту з кондитерських виробів (зміна попиту на кожний відсоток зміни купівельних фондів населення) - 1,15.

Чисельність населення - 23 000 осіб.

Середня ціна 1 кг виробів - 62,9 грн.

Індекс цін у плановому році передбачається 1,2.

Укладено договір на постачання кондитерських виробів на суму 5900 тис. грн.

Прийміть відповідне управлінське рішення.

Завдання 2.

Визначити роздрібну ціну товару А.

Ціна виробника одиниці товару - 120 грн.

Витрати торговельного підприємства 14,8 %, рентабельність - 5,3 %.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 20

Завдання 1.

Розрахувати обсяг річного товарообороту, який забезпечив би беззбиткову роботу торговельного підприємства за такими даними:

- постійні витрати на рік - 95 тис. грн.; рівень валового прибутку - 33 %;
- рівень змінних витрат -16%;
- податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 2.

Визначити відпускну ціну виробничого підприємства на товар і роздрібну ціну одиниці продукції.

Собівартість одиниці продукції - 5,50 грн.

Рентабельність виробництва - 4,8 %.

Ставка акцизного податку встановлена в розмірі 30 %.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

У магазині на даний товар застосовується торговельна надбавка в розмірі 28 %.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 21

Завдання 1.

Провести аналіз товарних запасів торговельного підприємства на кінець I кварталу.

Фактичні товарні запаси на 01.04 - 1200 тис. грн.

Норматив товарних запасів на II квартал - 1125 тис. грн.

План товарообороту Ікварталу - 1650 тис. грн.

Завдання 2.

Визначити біржову ціну товару за такими даними:

Собівартість 100 одиниць товару - 5000 грн.

Рентабельність виробництва - 9 %.

Акцизний податок - 25 %.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Відрахування біржі від суми угоди - 1,5 %.

Державне мито від суми угоди - 1,25 %.

Комісійна винагорода брокерській конторі від суми угоди - 5 %.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 22

Завдання 1.

Провести аналіз товарних запасів на кінець ІІкварталу.

Фактичні товарні запаси на кінець ІІ кварталу - 245,0 тис. грн.

Норматив товарних запасів ІІІкварталу - 288,5 тис. грн.

Фактичний товарооборот ІІкварталу - 344,0 тис. грн.

План товарообороту на ІІІквартал - 370,0 тис. грн.

Фактичні товарні запаси на кінець І кварталу - 53 дні.

Завдання 2.

Визначити валовий прибуток торговельного підприємства за звітний період за наведеними даними.

Товарооборот торговельного підприємства за звітний рік – 5800 тис. грн.

Вирахування з доходу (надання знижок) - 12 тис. грн.

Собівартість реалізованих товарів (суми, що сплачені, згідно з договорами, постачальникам, суми непрямих податків, транспортні витрати) - 2876 тис. грн.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 23

Завдання 1.

Провести аналіз товарооборотності в днях і разях зазвітний рік по торговельному підприємству.

Фактичні товарні запаси становили:

на 01.01 поточного року	1200 тис. грн;
на 01.04	1180 тис.грн;
на 01.07	1260 тис.грн;
на 01.10	1040 тис.грн;
на 01.01 наступного року	1270 тис. грн.

Фактичний товарооборот за поточний рік - 6660 тис. грн. Норматив товарних запасів (товарооборотності) - 60 днів.

Зробити висновки щодо ефективності використання товарних запасів.

Завдання 2.

Визначити прибуток від операційної діяльності торговельного підприємства за звітний період.

Товарооборот торговельного підприємства за звітний рік – 6000 тис. грн.

Дохід від реалізації оборотних активів - 20 тис. грн.

Собівартість реалізованих товарів (суми, що сплачені, згідно з договорами, постачальникам, суми непрямих податків, транспортні витрати) - 3220 тис. грн.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 24

Завдання 1.

Провести аналіз товарооборотності та виявити вплив на неї зміни товарообороту.

Фактичний товарооборот за минулий рік - 3600 тис. грн., за звітний рік - 3780 тис. грн.

Середній товарний запас за минулий рік - 500 тис. грн., за звітний рік - 577,5 тис. грн.

Зробити висновки.

Завдання 2.

Визначте чистий дохід від реалізації, валовий прибуток (збиток) і доходи від звичайної діяльності.

Товарооборот (виручка від реалізації) за звітний рік по торговельному підприємству становить 6000 тис. грн.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Повернення неякісних товарів - 7 тис. грн. без ПДВ.

Собівартість реалізованої продукції - 2998,0 тис. грн.

Інші операційні доходи - 10 тис. грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 25

Завдання 1.

Визначити план надходження товарів для торговельного підприємства і скласти баланс використання товарних ресурсів.

План роздрібного товарообороту на рік - 4200 тис. грн.

Фактичні товарні запаси - 720 тис. грн., у тому числі товарні запаси на суму 20 тис.

грн. неходові, які намічено уцінити на 22 %.

Природні втрати товарів становлять 0,3 % від товарообороту, інше вибуття товарів заплановано в сумі 10 тис. грн.

Норматив товарних запасів - 750 тис. грн.

Завдання 2.

Провести аналіз доходів від звичайної діяльності торговельного підприємства за звітний рік.

План товарообороту на рік - 5800 тис. грн.

Фактичний товарооборот - 5980 тис. грн.

Фактичні доходи від реалізації товарів - 1710 тис. грн., від іншої операційної діяльності 21 тис. грн., від фінансової діяльності - 29 тис. грн.

Плановий рівень доходів від звичайної діяльності - 28,0 %.

Завдання 3. Зробити проєкт кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 26

Завдання 1.

Визначити нормативи товарних запасів по кварталах року в сумі й днях до товарообороту.

Річний приріст товарних запасів розподілити рівномірно.

Сума товарних запасів становить:

на 01.01.19 - 680 тис. грн.;

на 01.01.20 - 720 тис. грн.

Товарооборот підприємства, тис. грн.

I квартал - 1260;

II квартал - 1270;

III квартал - 1310;

IV квартал - 1290.

Завдання 2.

Провести аналіз доходів торговельного підприємства за рік і визначити вплив товарообороту й середнього рівня доходів на їх суму.

Плановий товарооборот - 5900 тис. грн., фактичний - 6100 тис. грн.

Плановий рівень доходів - 28 %.

Фактична сума доходів - 1950 тис. грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 27

Завдання 1.

Визначити норматив товарних запасів по торговельному підприємству в сумі й у днях на ІVквартал.

Дані про товарооборот і норматив товарних запасів по відділах торговельного підприємства наведено в таблиці:

Відділ	План товарообороту ІVкварталу, тис. грн.	Норматив товарних запасів ІVкварталу, дні
Тканини	900	60
Одяг	1170	100
Галантерея	720	90
Трикотаж	810	80

Завдання 2.

Розрахувати план доходів торговельного підприємства.

План товарообороту торговельного підприємства - 6000 тис. грн.

За даними аналізу доходів, за останні три роки середній рівень доходів становив 25%.

На плановий рік, у зв'язку з появою конкурентів на споживчому ринку та очікуваною інфляцією, передбачається темп зниження рівня доходів на 4 %.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 28

Завдання 1.

Визначити норматив товарних запасів за кварталими плановий рік по торговельному підприємству. Розподіл приросту нормативу товарних запасів здійснити пропорційно товарообороту.

План товарообороту:

I квартал - 1010 тис. грн.;

II квартал - 1100 тис. грн.;

III квартал - 1190 тис. грн.;

IV квартал - 1280 тис. грн.

Норматив товарних запасів на ІVквартал попереднього року – 60 днів, на ІVквартал планового року - 600 тис. грн.

Завдання 2.

Розрахувати необхідний розмір доходу на плановий рік для торговельного підприємства.

Для нормального функціонування підприємства необхідний прибуток 450 тис. грн.

Поточні витрати на плановий рік розраховані в сумі 1900 тис. грн.

Податок на прибуток - згідно з чинним законодавством.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 29

Завдання 1.

Провести аналіз надходження товарів на торговельне підприємство за рік.

(тис, грн)

Джерело надходження	Минулий рік	Звітний рік	
		план	фактично
Оптова база ОСС	1200	1500	1400
Місцеві товаровиробники	3240	3400	3120
Іногородні товаровиробники	2450	2500	2780
Разом	?	?	?

План роздрібного товарообороту за звітний рік виконано на 98,4 %. Дати оцінку виконання плану надходження.

Завдання 2.

Визначити фінансовий результат (прибуток, збиток) від операційної діяльності та рівень рентабельності.

Дохід (виручка) - 7180 тис. грн.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Собівартість реалізованих товарів - 3450 тис. грн.

Адміністративні витрати - 1400 тис. грн.

Витрати на збут - 1700 тис. грн.

Інші операційні витрати - 65 тис. грн.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

Варіант 30

Завдання 1.

Розрахувати план надходження товарів на торговельне підприємство на плановий рік.

Товарооборот за звітний рік становив 6400 тис. грн.

На плановий рік передбачається збільшення товарообороту на 11 %.

Питома вага ІVкварталу в загальному обсязі товарообороту планового року - 30%.

Норматив товарних запасів на ІVквартал - 30 днів.

Фактичні товарні запаси на початок року 580 тис. грн.

Завдання 2.

Провести аналіз прибутку за наведеними даними.

Дохід (виручка) - 8500 тис. грн.

Податок на додану вартість - згідно з чинним законодавством.

Собівартість реалізованих товарів - 3800 тис. грн.

Адміністративні витрати - 1640 тис. грн.

Витрати на збут - 1550 тис. грн.

Інші операційні витрати - 45 тис. грн.

Фінансові витрати - 190 тис. грн.

Фінансові доходи - 210 тис. грн.

План товарообороту - 7850 тис. грн.

План прибутку - 564 тис. грн.

Дати оцінку отриманим результатам.

Завдання 3. Зробити проект кутка споживача для окремого магазину.

6. ПИТАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Суть державного регулювання діяльності торговельного підприємства, його доцільність чи недоцільність в ринковій економіці.
2. Необхідність планування в ринковій економіці.
3. Види планів торговельного підприємства.
4. Методи і прийоми, що використовуються при проведенні аналізу.
5. Види індексів, їх характеристика.
6. Поняття «асортиментна політика» та напрями роботи щодо її формування.
7. Фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективи розвитку товарообороту
8. Методика аналізу асортименту роздрібного товарообороту.
9. Сутність поняття «ціна» та її функції. Структура ціни та її елементи.
10. Види цін у ринковій економіці, їх характеристика.
11. Методи встановлення ціни.
12. Формування роздрібних цін торговельного підприємства. Фактори, які визначають розмір торговельної надбавки.
13. Поняття «товарні запаси» підприємства, їх класифікація.
14. Методика аналізу товарних запасів.
15. Фактори, що визначають розмір товарних запасів.
16. Поняття «товарне забезпечення», управлінські завдання, що постають у процесі його формування.
17. Методика аналізу товарного забезпечення.
18. Переваги та недоліки основних методів закупівлі товарів.
19. Характеристика форм і систем оплати праці.
20. Показники з праці та оплати праці торговельного підприємства.
21. Фонд оплати праці на підприємстві. Поняття «заробітна плата».
22. Продуктивність праці та її вплив на ефективність господарсько-фінансової діяльності торговельного підприємства.
23. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства.
24. Поняття «витрати» торговельного підприємства, завдання аналізу витрат.
25. Шляхи економії витрат.
26. Економічний зміст і джерела утворення прибутку торговельного підприємства.
27. Послідовність аналізу доходів торговельного підприємства.
28. Методика аналізу прибутку торговельного підприємства.
29. Рентабельність: суть, види.
30. Методика планування прибутку та рентабельності підприємства.
31. Місце торгівлі в економічній системі.
32. Організаційні форми торгівлі.
33. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України.

34. Сутність та функції роздрібно́ї торгівлі.
35. Види та класифікація торговельних об'єктів.
36. Поняття торговельної організації, торговельної системи.
37. Організаційна структура торговельних підприємств.
38. Сутність та функції оптової торгівлі.
39. Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки.
40. Класифікація оптових торговельних підприємств.
41. Організаційна структура оптових підприємств, роль організаційних підрозділів оптових підприємств в організації торгово-технологічного процесу.
42. Організація оптової торгівлі в країнах ринкової економіки.
43. Роль, функції та класифікація оптових посередників.
44. Види оптових посередників.
45. Організатори оптового обороту, їх роль та функції у формуванні оптового ринку.
46. Суть складського технологічного процесу, принципи його організації та складові частини.
47. Організація приймання товарів за кількістю та якістю на товарному складі. Розміщення та раціональне зберігання товарів на складі, шляхи скорочення товарних збитків.
48. Техніко-економічні показники використання складів.
49. Значення та завдання товаропостачання роздрібно́ї торговельної мережі. Фактори, що впливають на організацію товаропостачання.
50. Форми та методи товаропостачання.
51. Транзитна та складська форми товаропостачання, умови застосування. Централізований і децентралізований методи товаро-постачання роздрібно́ї торговельної мережі.
52. Формування маршрутів і графіків завезення товарів.
53. Управління товаропостачанням роздрібно́ї торговельної мережі.
54. Роль транспорту у перевезенні товарів та його види.
55. Планування перевезень товарів.
56. Поняття упаковки та тари, їх роль в процесі обігу товарів.
57. Вимоги, що висуваються до тари.
58. Класифікація та основні види тари.
59. Маркування тари, види маркування.
60. Поняття тарообігу: організація приймання, відкриття, зберігання та повернення тари.
61. Роздрібно́а торговельна мережа, її соціально-економічне значення.
62. Види роздрібно́ї торговельної мережі.
63. Спеціалізація, її основні переваги та недоліки.

64. Типізація магазинів, основні типи магазинів.
65. Принципи розміщення роздрібно-торговельної мережі в міській та сільській місцевості.
66. Сутність та зміст торгово-технологічного процесу в магазині.
67. Організація продажу товарів за різними формами та методами.
68. Позамагазинні форми продажу товарів, їх соціально-економічне значення. Поняття дрібно-роздрібно-торговельної мережі, її класифікація.
69. Нові форми позамагазинного продажу товарів: електронна торгівля, продаж товарів на замовлення, продаж товарів через аукціони.
70. Організація торгівлі на ринку.
71. Особливості торгівлі продовольчими товарами на ринку.
72. Особливості торгівлі непродовольчими товарами на ринку.
73. Система торговельного обслуговування, її сутність, зміст та принципи організації.
74. Характеристика складових системи торговельного обслуговування.
75. Зовнішні та внутрішні елементи, що впливають на якість торговельного обслуговування.
76. Психологічні аспекти торговельного обслуговування.
77. Поняття та завдання торгової реклами.
78. Рекламні засоби та їх характеристика.
79. Форми реалізації реклами торговельного підприємства: рекламне оголошення, рекламні цикли, рекламна кампанія.
80. Роль та функції внутрімагазинної інформації.
81. Рекламно-інформаційне оформлення торговельного залу.
82. Оформлення інтер'єру магазину.
83. Організація та принципи оформлення вітрин.
84. Оцінка економічної ефективності реклами торговельного підприємства
85. Сутність та особливості організації праці в торгівлі.
86. Організація праці на складах.
87. Організація праці в роздрібній торгівлі.
88. Організація робочого місця в магазині.
89. Умови праці працівників та режим роботи магазину.
90. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література

1. Алопій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі : підручник. Київ: ЦУЛ, 2019. 632 с.
2. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с
3. Власова Н. О., Гросул В. А., Краснокутская Н. С. та інш. Економіка торгівлі: Навч. пос. Харків: Світ Книг, 2015. 473 с.
4. Економіка підприємства торгівлі (у схемах та таблицях) : навч. посіб. / І. В. Височин, Н. М. Новікова, І. М. Вавдійчик. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 428 с.
5. Економіка торгівлі : навч. посіб. / [Н.О. Власова, В.А. Гросул, О.А. Круглова, М.В. Чорна та ін..] ; за ред. Н.О. Власової. Харків: Світ Книг, 2014. 473 с.
6. Лігоненко Л.О. Економіка торгівлі (у рисунках, схемах та таблицях) : навч. посіб. / Л.О. Лігоненко, А.М. Носуліч, Н.М. Новікова. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 228 с.
7. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. 221 с.

Додаткова література

1. Методичні матеріали до практичних занять з дисципліни «Економіка і організація торгівлі» - розміщені у системі дистанційного навчання Moodle Білоцерківського НАУ.
2. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності. Затверджено наказом Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України від 22 травня 2002р., №145. URL : https://ips.ligazakon.net/document/view/me02094?an=1140&ed=2010_03_02
3. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Економіка і організація торгівлі» - розміщений у системі дистанційного навчання Moodle Білоцерківського НАУ.
4. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник /за заг. ред. Д.є.н. проф.. І.М. Сотник, д.є.н. Л.М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с. URL: https://vseosvita.ua/library/_pidpriemnictvo-torgivla-ta-birzova-dialnist-pidrucnik-127096.html
5. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживачів товарів, затверджений постановою КМУ від 15.06.2006 р. № 833. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>
6. Правила роздрібно́ї торгівлі непродовольчими товарами, затверджені наказом Міністерства економіки України від 19 квітня 2007 р. № 104. URL :

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>

7. Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами, затверджені Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 11.07.2003 № 185. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>

8. Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами, затверджені Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 24.07.2002 р. № 218. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02>

9. Правила торгівлі у розстрочку фізичним особам, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30 березня 2011 р. № 383. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-%D0%BF>

10. Сатир Л.М., Стаднік Л.І., Непочатенко А.В. Захист прав споживачів у сфері економіки та організації торгівлі: концептуальні засади та економічний аналіз. Ефективна економіка. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>

11. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І., Шевченко А.О. Комерційна діяльність у системі бізнес-аналітичного забезпечення розвитку ринкової інфраструктури на основі здійснення оптової та роздрібної торгівлі. Агросвіт. 2020. № 16. С.3-8.

12. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І., Непочатенко А.В. Бізнес-аналітична робота в комерційній діяльності: обґрунтування господарських рішень щодо роздрібної торгівлі. Інвестиції: практика та досвід. 2020 серпень. (№ 15-16). С. 17-21.

Адреси сайтів в INTERNET

1. <http://rada.gov.ua/> - Верховна Рада України
2. <http://zakon.rada.gov.ua/> - Законодавство України
3. <https://www.kmu.gov.ua/ua> - Кабінет Міністрів України
4. <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> - Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства
5. <http://old.minjust.gov.ua/8244> - Міністерство юстиції України
6. <https://www.kyivregioneconomy.com/pro-department> - Департамент економічного розвитку і торгівлі Київської ОДА
7. www.biblvnad.org.ua - Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського
8. <http://library.tu.edu.te.ua> Науково-технічна бібліотека
9. <http://www.ukma/kyev.ua/ukmalib> - Наукова бібліотека НАУКМА

