

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Кафедра економіки і підприємництва

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійної роботи
з дисципліни «Торговельне підприємництво»
для здобувачів спеціальності
076 «Підприємництво та торгівля»

Харків 2025

Розробник: доц. Кирчата І.М.

ВСТУП

Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни складено на основі програми навчальної дисципліни “Торговельне підприємництво” та відповідно до освітньої програми і навчального плану підготовки бакалавра в галузі знань **07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля».**

Метою вивчення навчальної дисципліни є: формування у здобувача системи знань і навичок стосовно торговельного підприємництва та особливостей його ведення.

Предмет: процеси формування та використання потенціалу суб’єктів торговельного підприємництва, методичний інструментарій розробки завдань управління, аналізу та планування діяльності з метою підвищення ефективності та розвитку підприємницьких мереж у сфері торгівлі.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- засвоєння основних теоретичних положень щодо основ організації та ведення підприємницької діяльності в сфері торгівлі
- вивчення особливостей функціонування суб’єктів торговельного підприємництва в ринкових умовах;

опанування методичного інструментарію щодо здійснення аналізу з питань організації та управління підприємницькою діяльністю, розробки рекомендацій щодо її вдосконалення та підвищення ефективності.

По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

- сутність теоретичних положень організації торговельного підприємництва; методичні підходи щодо аналізу й обліку у торговельному підприємстві, методи вимірювання економічних ризиків та забезпечення економічної безпеки

уміти:

- орієнтуватись у різних господарських ситуаціях, пов’язаних з організацією та веденням торгівельної діяльності; розробляти плани щодо перспектив; обирати доцільні напрямки виходу з ризикових ситуацій та розробляти систему економічної безпеки в залежності від особливостей ведення торгівлі.

Міждисциплінарні зв’язки: Мікроекономіка, Економіка торгівлі, Торгівля автомобілями, комплектувальними виробами та паливно-мастильними матеріалами.

ТЕМА 1. ОСНОВИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Питання до самостійного опрацювання

1.1 Підприємництво як соціально-економічна категорія та процес.

1.2 Роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки

1.3 Особливості торговельного підприємництва.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Процес підприємництва – це діяльність підприємця, яка включає в себе всі етапи створення і розвитку власної ідеї, починаючи від її пошуку і закінчуючи комерційним втіленням її в життя.

Торговельне підприємництво – первинна, основна ланка сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг в цілях задоволення потреб ринку та отримання прибутку.

Інфраструктура ринку – це система підприємств і організацій, які забезпечують рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили, інформації.

Торговельна політика - загальна стратегія чи плани дій, які регулюють та спрямовують торговельні відносини країни з іншими державами.

Правові акти України у сфері торгівлі - законодавчі акти, що регулюють торговельну діяльність в Україні, зокрема закони про зовнішньоекономічну діяльність, мито, торговельні операції та інші.

Сегментація ринку – це розподіл сукупного ринку фірми на більш дрібні частини (сегменти) з метою виявлення якомога більш однорідних за своїм поведінки груп споживачів, кожна з яких може розглядатися як окремий ринковий сегмент.

Фірмова торгівля – це господарська діяльність у сфері роздрібної торгівлі товарами, що реалізуються підприємством-виробником самостійно, без участі інших ланок (посередників) у ланцюзі руху товарів.

Торговельно-виробнича діяльність (іншими словами громадське харчування) полягає у виробництві продукції та її продажу безпосередньо кінцевим споживачам незалежно від форм розрахунку, що відповідає критеріям роздрібної торгівлі. Торговельно-виробничу діяльність доцільно розглядати як різновид роздрібної торгівлі, а не виділяти в окрему складову внутрішньої торгівлі.

Перелік тестових питань

1. У перекладі термін «комерція» означає:

а) посередництво; б) торгівля; в) капітал; г) обмін.

2. Комерційна діяльність – це:

- а) діяльність підприємств і організацій, спрямована на отримання прибутку;
- б) діяльність, пов'язана із здійсненням великого комплексу взаємопов'язаних торгово-організаційних операцій, спрямованих на вчинення актів купівлі-продажу і надання додаткових послуг для задоволення попиту населення з метою отримання прибутку;
- в) вірні відповіді а) і б);
- г) немає правильної відповіді.

3. У процесі комерційної діяльності підприємства виконують такі функції:

- а) вивчають попит населення і ринок збуту товарів;
- б) визначають метрологічні характеристики засобів вимірювань;
- в) ведуть оптову і роздрібну торгівлю;
- г) всі відповіді вірні.

4. На комерційну діяльність не впливають такі чинники:

- а) рівень кваліфікації працівників;
- б) правова база комерційної діяльності;
- в) асортимент товарів і перелік послуг, що надаються;
- г) фінансовий стан підприємства;
- д) немає вірної відповіді.

5. Комерсант, це:

- а) організатор виробництва;
- б) особа, яка не здійснює підприємницької діяльності;
- в) особа, яка не являється менеджером;
- г) організатор торгівлі.

6. Підприємництво це:

- а) це цілеспрямована діяльність, спрямована на виробництво і реалізацію продукції;
- б) це цілеспрямована діяльність, спрямована на придбання і реалізацію товару;
- в) беззбиткова діяльність;
- г) це цілеспрямована діяльність, спрямована на отримання доходів, прибутку.

7. Комерційна діяльність не може здійснюватися на ринку:

- а) на ринку товарів
- б) на ринку послуг підприємницьких формувань
- в) при наданні адміністративних послуг
- г) вірної відповіді немає.

8. Зміст комерційної діяльності

- а) вивчення та аналіз джерел закупівлі товарів;
- б) планування виробництва товарів;
- в) здійснення купівлі і продажу товарів без урахування ринкового середовища;
- г) немає вірної відповіді.

9. Напрямки комерційної діяльності:

- а) вивчення і прогнозування ємкості ринку і попиту;
- б) визначення потреби в товарах і послугах;
- в) організація рекламної роботи;
- г) усі відповіді вірні.

10. В залежності від ролі в формуванні кінцевого результату комерційні функції поділяються на: а) функції власне комерційного характеру; б) функції технологічного характеру; в) функції фінансово-комерційного характеру; г) немає вірної відповіді.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте зміст підприємництва як особливої форми економічної активності.
2. Які цілі має підприємницька діяльність?
3. Охарактеризуйте підприємництво як певний стиль і тип господарської поведінки.
4. Назвіть етапи підприємницького процесу. Охарактеризуйте їх зміст.
5. Яку роль у формуванні ефективної системи господарювання відіграє підприємництво?
6. Назвіть основні види підприємництва.
7. У чому полягають особливості торговельного підприємництва?
8. Що є змістом клієнтоорієнтованої філософії торговельного підприємництва?
9. На які види поділяються процеси та операції, що виконуються у сфері товарного обертання? Надайте їм характеристику.
10. Наведіть основні підходи до класифікації торговельного підприємництва.
11. Які є специфічні принципи торговельного підприємництва?
12. З яких етапів складається аналіз інвестиційної привабливості сфери бізнесу?
13. Які етапи включає до себе аналіз ринку з метою визначення попиту на конкретний продукт?
14. За якими параметрами здійснюється сегментація ринку?
15. Назвіть основні методи та критерії вибору підприємницької діяльності.

ТЕМА 2. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОРГІВЛІ

Питання до самостійного опрацювання

2.1 Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності в торгівлі.

2.2 Післяреєстраційні процедури легітимізації суб'єкта підприємництва

2.3 Сутність організаційно-правової форми підприємницької діяльності, зміст та особливості в сфері торгівлі.

2.4. Складні організаційно-правові форми підприємницької діяльності та їх характеристика.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань – єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Державне регулювання підприємництва – це вплив держави на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності з метою забезпечення правових, економічних та організаційних умов становлення та розвитку підприємництва

Юридична особа - суб'єкт підприємницької діяльності, який має відокремлене майно, має права та зобов'язання, може бути стягнутий на майно, окремий від його засновників або учасників.

Фізична особа-підприємець - фізична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність без утворення юридичної особи.

Об'єднання підприємств – господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств (юридичних осіб) з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) - форма підприємства, яка має статутний капітал, розділений на певну кількість часток.

Акціонерне товариство (АТ) - форма підприємства, яка має статутний капітал, розділений на певну кількість акцій.

Ліцензія є спеціальним документом, що видається підприємствам і іншим підприємницьким структурам компетентними органами та надає право здійснювати окремі види підприємництва або вивозити певні товари за межі країни.

Дочірнє підприємство – суб'єкт господарювання, який створюється материнською, холдинговою компанією - юридичною особою шляхом надання йому частки свого майна

Перелік тестових питань

1. Підприємець, який створює юридичну особу, подає установчі документи:

- а) статут;
- б) реєстраційну картку встановленого зразка;
- в) квитанцію про оплату реєстрації;
- г) усі відповіді вірні.

2. Серед організацій-суб'єктів комерційної діяльності можна виділити:

- а) організації, які у вигляді професійного промислу виробляють і реалізують для суспільних (не власних) потреб продукцію, виконують роботи, надають послуги;
- б) організації — споживачі результатів господарської діяльності;
- в) організації, що здійснюють професійну управлінську діяльність в економіці;
- г) усі відповіді вірні.

3. Коли суб'єкт комерційної діяльності має юридично відокремлене і закріплене за ним майно у формі основних фондів, обігових коштів, інших цінностей, це ознака правосуб'єктності: а) перша; б) друга; в) третя; г) четверта.

4. Фізичні особи (СПД) – це:

- а) індивідуальні підприємці, громадяни України або інших держав, які стають суб'єктами ринку після проходження державної реєстрації;
- б) індивідуальні підприємці, громадяни України або інших держав, які стають суб'єктами ринку без проходження державної реєстрації;
- в) це громадяни України, які не являються суб'єктами ринку;
- г) вірної відповіді немає.

5. Юридичною особою визначається організація, підприємство, які: а) не відповідають статутним капіталом за свої зобов'язання; б) відповідають своїм статутним капіталом за борги своїх засновників і учасників; в) можуть не мати відокремленої власності і господарюють на орендованих засобах; г) наділені відокремленою власністю.

6. Підприємець, який створює юридичну особу, подає установчі документи: а) статут; б) реєстраційну картку встановленого зразка; в) квитанцію про оплату реєстрації; г) усі відповіді вірні.

7. Юридична особа повинна мати: а) основні засоби; б) запаси; в) самостійний баланс; г) найманих працівників.

8. Суб'єкт господарювання набуває права юридичної особи лише після:

- а) відкриття поточного рахунку в банку;
- б) реєстрації в податковому органі;

- в) державної реєстрації;
- г) реєстрації в органах юстиції.

9. Прості форми базових організаційних формувань: а) приватне акціонерне товариство; б) торговельне підприємство; в) товариство з обмеженою відповідальністю; г) командитне товариство.

10. Складні форми базових організаційних формувань: а) повне товариство; б) кооператив; в) індивідуальний підприємець; г) торговельне підприємство.

11. Класифікація юридичних осіб заснована на трьох основних правових формах: а) на праві засновників (учасників) відносно юридичних осіб або їх майна; б) на праві економічної діяльності юридичних осіб; в) на організаційно-правовій формі; г) усі відповіді вірні.

12. Юридичні особи, щодо яких їх учасники мають зобов'язальні права: а) суспільні і релігійні організації (об'єднання); б) добродійні та інші фундації об'єднання юридичних осіб (асоціації і спілки); в) господарські товариства і спілки, виробничі і споживчі кооперативи; г) усі відповіді вірні.

13. Комерційними організаціями визнаються: а) організації створені у формі споживацьких кооперативів; б) суспільні і релігійні об'єднання; в) юридичні особи, які переслідують вилучення прибутку як основну мету своєї діяльності; г) добродійні організації.

14. З урахуванням особливостей виконуваних функцій визначаються такі суб'єкти комерційної діяльності, як: а) підприємства та їх структурні підрозділи; б) органи управління громадських організацій; в) центральні та місцеві органи державної виконавчої влади; г) органи управління громадських організацій.

15. Види органів управління — суб'єктів комерційної діяльності: а) органи управління громадських організацій; б) центральні та місцеві органи державної виконавчої влади; в) представницькі органи та органи місцевого самоврядування; г) усі відповіді вірні.

16. Власник підприємства водночас є і підприємцем, тобто власність і управління майном не розмножуються: а) товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ); б) командитне товариство; в) індивідуальне підприємство; г) залежне торгове підприємство.

17. Магазин, заснований на власності адміністративно-територіальних одиниць, це: а) колективне підприємство; б) державне підприємство; в) комунальне підприємство; г) індивідуальне підприємство.

18. Розмір торгового підприємства за чисельністю працівників від 16 до 50 осіб і річним обсягом товарообігу або валового доходу від 1,1 до 3 млн. грн., це: а) мікропідприємства; б) малі підприємства; в) середні підприємства; г) великі підприємства.

19. Кількість товарних позицій у звичайному продовольчому супермаркеті: а) 30000; б) 15000; в) 20000; г) 12000.

20. Універмаг, це: а) магазин, який може забезпечити достатньо високий ступінь задоволення попиту покупців на товари основного асортименту та супутнього; б) торговельне підприємство, реалізує товари, що вийшли із моди, зняті з виробництва тощо; в) торговельне підприємство загальноміського або районного значення, розташоване в одному будинку і пов'язане загальним торговельним процесом і управлінням; г) торговельне підприємство в якого асортимент товарів вузький, однак досить глибокий – з великою кількістю різновидів; реалізують товари за низькими цінами.

Питання для самоконтролю

1. Яким Законом України регламентується проведення державної реєстрації суб'єктів підприємництва?
2. Наведіть загальну схему проведення реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності в Україні.
3. Назвіть функції, інструменти та засоби державного регулювання підприємницької діяльності.
4. Які органи відносяться до суб'єктів адміністративно-правового регулювання в сфері торгівлі? Назвіть їх функції.
5. Якими саме нормативно-правовими документами регламентується підприємницька діяльність в Україні?
6. Назвіть форми захисту прав підприємців та споживачів.
7. Які є основні організаційно-правові форми торговельних підприємств?
8. Які важливі аспекти необхідно враховувати при виборі організаційно-правової форми для торговельного підприємства?
9. Які види підприємницької діяльності можуть здійснювати торговельні підприємства?
10. Як визначаються права та обов'язки торговельного підприємства в залежності від його організаційно-правової форми?
11. Які переваги та обмеження характерні для індивідуального підприємця у сфері торгівлі?
12. Які особливості юридичної відповідальності торговельних підприємств в залежності від їх організаційно-правової форми?
13. Які можливості та обмеження пов'язані з обраною організаційно-правовою формою та здійсненням торговельної діяльності?
14. Які переваги та ризики пов'язані з обранням колективної організаційно-правової форми для торговельного підприємства?
15. Які правові аспекти пов'язані з реєстрацією та ліцензуванням торговельних підприємств?

ТЕМА 3. ТОВАРООБОРОТ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Питання до самостійного опрацювання

3.1 Сутність, види та характеристики товарообороту торговельних підприємств.

3.2. Товарооборот оптових торговельних підприємств.

3.3. Товарооборот роздрібних торговельних підприємств.

3.4. Товарооборот в системі показників ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства

Товарообіг характеризує процес руху товарів за допомогою акту купівлі-продажу.

Товарооборотність – це швидкість обертання товарів або час, впродовж якого реалізуються товарні запаси

Роздрібний товарооборот – це обсяг товарної маси (у грошовому вираженні), що переходить в сферу приватного використання та характеризує, з одного боку, грошову виручку торгівлі, з іншого – суму витрат населення на купівлю товарів.

Оптовий товарооборот – це форма товарних зв'язків між підприємствами, основна функція якої – постачання роздрібною торговою мережі товарами із найменшими витратами засобів та праці.

Торговельна політика – це сукупність заходів, які застосовуються керівними органами для регулювання, узгодження та контролю взаємовідносин між господарськими суб'єктами у сфері торгівлі.

Перелік тестових питань

1. Складовою частиною оптового товарного ринку є: а) індивідуальні споживачі; б) домогосподарства; в) виробничі підприємства; г) усі відповіді вірні.

2. Складовою частиною роздрібною товарного ринку є: а) домогосподарства; б) виробничі підприємства; в) органи державного управління; г) немає вірної відповіді.

3. Сукупність попиту, пропозицій і цін на матеріальні блага що обмінюються між суб'єктами різних сфер товарного виробництва з метою подальшої реалізації, продовження виробничого циклу або забезпечення суспільних потреб, це: а) роздрібний ринок; б) оптовий ринок; в) оптово-роздрібний ринок; г) немає вірної відповіді.

4. Спільною ознакою роздрібних торговців незалежно від організаційно-правової форми і обсягів діяльності є виконання функції: а) забезпечення конкретного асортименту товарів та послуг; б) подрібнення закуплених партій товарів; в) короткочасне зберігання запасів; г) усі відповіді вірні

5. Учасником (суб'єктом) оптового ринку є: а) виробничі підприємства; б) комерційно-посередницькі формування; в) органи державного регулювання і соціального захисту; г) усі відповіді вірні.

6. Якими можуть бути оптові підприємства за товарною спеціалізацією: а) універсальними; б) торговельно-закупівельними; в) виробничо-торговельними; г) постачальницько-збутовими.

Питання для самоконтролю

1. Сутність та ознаки товарообороту.
2. Види товарообороту.
3. Характеристика роздрібного товарообороту.
4. Характеристика оптового товарообороту.
5. Види оптового товарообороту.
6. Фактори впливу на оптовий товарооборот.
7. Сутність, значення та склад роздрібного товарообороту.
8. Товарооборот в системі показників ефективності комерційної діяльності торговельного підприємств
9. Яка суть роздрібного товарообігу як економічної категорії?
10. Яка суть роздрібного товарообігу як економічного показника?
11. Що не включається в состав роздрібного товарообігу?
12. У чому виражається соціально-економічне значення роздрібного товарообігу?
13. Які чинники впливають на розвиток роздрібного товарообігу?
14. Які закономірності характерні для розвитку роздрібного товарообігу?
15. Які задачі розв'язуються в процесі аналізу роздрібного товарообігу?

ТЕМА 4.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Питання до самостійного опрацювання

4.1 Сутність, зміст і особливості підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

4.2 Технологія створення магазину.

4.3 Особливості організації торгівлі в дрібнороздрібній мережі, пересувних торговельних об'єктах, на ринках.

4.4 Ярмаркова та виставкова діяльність

Роздрібна торгівля – вид економічної діяльності в сфері товарного обігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг.

Торговельне підприємство - організація, що здійснює роздрібну торгівлю товарами чи послугами.

Роздрібний магазин - торговельне підприємство, яке пропонує товари для продажу кінцевим споживачам в невеликих кількостях та часто на місцевому рівні.

Торговельна надбавка – основний дохід роздрібною підприємства, яка визначається у відсотках до ціни придбання товарів без ПДВ суб'єктами роздрібною торгівлі та є результатом торговельної діяльності, що відповідає вартості послуг торгівлі: відшкодовує витрати з оренди торговельних приміщень, транспортування, зберігання, підготовки товарів до продажу, а також чисті витрати торгівлі, тобто витрати з обміну товарів на гроші

Цінова політика - стратегія встановлення цін на товари чи послуги в роздрібною секторі для привертання клієнтів та забезпечення прибутку.

Маркетинг роздрібною торгівлі - застосування маркетингових стратегій та інструментів для просування та реклами товарів у роздрібною секторі.

Торгова мережа - група роздрібною магазинів, які належать одній або декільком власникам та мають спільний бренд чи управління.

Стаціонарна торгівля – торгівля, здійснювана в стаціонарній торговельній мережі, розташованій в спеціально обладнаній й призначеній для ведення торгівлі будинках і будовах (магазинах, оптових складах).

Сегментація ринку - розділення ринку на різні сегменти (групи клієнтів) для ліпшого сприйняття їхніх потреб та попиту.

Позиціонування бренду - визначення чіткого образу та місця в ринковому середовищі, щоб вирізнитися від конкурентів.

Дрібнороздрібною торгівля – різновид роздрібною торгівлі, що охоплює купівлю-продаж обмеженого асортименту товарів кінцевому споживачу та надання йому найпростіших послуг.

Перелік тестових питань

1. Товаропостачання роздрібною торговою мережі являє собою:

а) комплекс економічних та фінансових заходів, що здійснюються промисловими, торговими, транспортними організаціями та підприємствами, які спрямовані на доведення товарів від виробничих підприємств до оптових баз та магазинів;

б) комплекс комерційних та технологічних заходів, що здійснюються промисловими, торговими, транспортними організаціями та підприємствами, які спрямовані на доведення товарів від виробничих підприємств до роздрібною баз та магазинів;

в) комплекс комерційних та технологічних заходів, що здійснюються промисловими, торговими, транспортними організаціями та підприємствами, які спрямовані на доведення товарів від виробничих підприємств до оптових баз та магазинів;

г) усі відповіді невірні.

2. Для організації товаропостачання необхідно: а) визначити на основі розробленою товарною політики потребу в товарах, а саме: розрахувати ціну

товарів; б) визначити на основі розробленої товарної політики потребу в товарах, а саме: розрахувати обсяг і асортиментну структуру закупівлі товарів; в) встановити господарські зв'язки з постачальниками товарів і документально їх оформити без укладання договорів поставки; г) встановити господарські зв'язки з з покупцями товарів без документального їх оформлення.

3. Принцип товаропостачання: а) економічність; б) технічність; в) екологічність; г) товарознавство.

4. Товаропросування – це: а) процес переміщення товарів від виробника до оптового складу; б) процес переміщення товарів від оптового складу до роздрібненого споживача; в) процес переміщення товарів від виробника до споживача; г) усі відповіді невірні.

5. Передбачає організацію заводу товарів відповідно до завдань щодо товарообігу, асортиментним профілем магазину станом товарних запасів і договорами постачання: а) централізація; б) ритмічність постачання; в) технологічність товаропостачання; г) планомірність товаропросування.

6. Передбачає організацію товаропостачання силами і засобами постачальників для того, щоб працівники роздрібної торгівлі не відволікалися на виконання невласливих їм функцій для завезення товарів: а) економічність товаропостачання; б) централізація; в) ритмічність постачання; г) технологічність товаропостачання.

7. Під джерелом товарозабезпечення розуміють: а) банківський кредит б) власний прибуток в) авансовий платіж г) підприємство ланцюга товаропостачання, з якого товари завозяться у магазини.

8. Об'єктивні фактори організації товаропостачання: а) достовірність комерційної інформації, яка використовується для визначення потреби в товарах; б) торговельна організація; в) рівень управління процесом товаропостачання; г) кваліфікація працівників торговельних підприємств, які визначають потребу у товарах.

9. Суб'єктивні фактори організації товаропостачання: а) торговельно-організаційні б) виробничі в) рівень управління процесом товаропостачання г) транспортні

10. Рівень організації торгово-оперативних і технологічних процесів відноситься до: а) торговельно-організаційного фактору б) виробничого фактору в) транспортного фактору г) усі відповіді невірні

11. До виробничого фактору який впливає на організацію товаропостачання і товаропросування роздрібної торговельної мережі

відноситься: а) чисельність, склад, розташування роздрібною торговельної мережі; б) характер асортименту товару; в) обсяг товарообігу торговельних підприємств; г) розвиток, розташування, спеціалізація, сезонність виробництва.

12. Від кого надходять товарні ресурси у торговельну мережу: а) підприємців без створення юридичної особи; б) особистих селянських і фермерських господарств; в) оптових баз; г) усі відповіді вірні.

13. Форми товаропостачання роздрібною торговельної мережі: а) від внутрішніх і зовнішніх юридичних осіб; б) від фізичних і юридичних осіб; в) транзитна і складська; г) усі відповіді невірні.

14. Які є основними методи товарозабезпечення: а) пряме і непряме постачання; б) децентралізоване завезення і централізована доставка; в) завезення власним і найманим транспортом; г) доставка власним транспортом і транспортом постачальника.

15. Централізоване завезення товарів дозволяє: а) збільшити потребу в складській площі і збільшити торгову площу магазинів; б) призупинити і спростити документообіг і розрахунки між постачальниками та оптовими покупцями. в) забезпечити звуження асортименту і прискорення оборотності товарних запасів; г) покласти відповідальність за доставку товарів на постачальників або транспортні підприємства;

16. Безпосередня робота з організації централізованого завезення товарів у роздрібну торговельну мережу передбачає комплекс підготовчих заходів для впровадження централізованого завезення товарів, який включає: а) аналіз розташування підприємств роздрібною торгівлі, формування переліку об'єктів роздрібною торговою мережі; б) формування переліку товарів, які повинні централізовано завозитися в роздрібну торговельну мережу в) розрахунок ефективності системи товаропостачання та виявлення резервів її підвищення. г) усі відповіді вірні.

Питання для самоконтролю

1. Які принципи сегментації ринку використовуються при побудові роздрібною торговою мережі?
2. Як позиціонується бренд роздрібною торговою мережі на ринку і чому це важливо для успіху?
3. Які основні етапи стандартизації процесів в управлінні роздрібною торговою мережею?
4. Як глобалізація стратегії впливає на розвиток роздрібною торговою мережі в умовах світового ринку?
5. Які фактори враховуються при оптимізації місцеположення торгових підприємств у роздрібною мережі?
6. Як управління ланцюгом постачання сприяє ефективності роздрібною торговою мережі?

7. Як категорійний менеджмент впливає на асортимент товарів та їх прибутковість в роздрібній торговій мережі?
8. Які рекламні та маркетингові стратегії використовуються для залучення уваги клієнтів у роздрібній торговій мережі?
9. Як зворотний зв'язок та аналіз даних впливають на управління роздрібною торговою мережею?
10. Як формуються та функціонують згруповані торгові формати в роздрібній торговій мережі та як це впливає на конкурентоспроможність?

ТЕМА 5.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Питання до самостійного опрацювання

5.1 Сутність та різновиди оптової торгівлі. Місце оптового торговельного підприємництва в системі товароруку.

5.2. Функції підприємництва в оптовій торгівлі.

5.3. Суб'єкти підприємництва в оптовій торгівлі.

5.4. Організаційні основи підприємництва в оптовій торгівлі.

Оптова торгівля - вид торгівлі, який передбачає продаж товарів великими партіями, зазвичай безпосередньо виробникам або роздрібним торговцям. Оптові підприємства є ключовим елементом постачального ланцюга та грають важливу роль у розподілі товарів та послуг на ринку.

Оптові закупівлі – це придбання товарів великими партіями з метою їх дальшого перепродажу.

Оптові торговельні посередники - це підприємства, які виступають посередниками між виробниками та роздрібними торговцями, не володіючи товарами. До цього типу належать оптові агенти, комісійні агенти та брокери.

Оптові торговельні підприємства - це компанії, які купують товари від виробників та продають їх роздрібним торговцям у великих обсягах. Оптові торговельні підприємства можуть бути спеціалізованими (наприклад, тільки з продажу електротоварів) або універсальними (які продають широкий асортимент товарів).

Дрібнооптова (оптово-роздрібна) торгівля - це різновид оптової торгівлі, що пов'язаний із реалізацією партій товарів виробниками і торговими посередниками для подальшого перепродажу у роздрібній торгівлі або іншому комерційному обороті. П

Торговельно-посередницька діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені, або за дорученням третьої сторони

Оптові склади та дистриб'ютори - це підприємства, які спеціалізуються на зберіганні та розподілі товарів. Вони можуть мати великі склади для

забезпечення ефективного логістичного обслуговування та оперативності постачання.

Оптові агенти - посередники, які представляють інтереси виробників або роздрібних торговців на оптовому ринку.

Канал збуту (розподілу) - це сукупність фірм або окремих осіб, що беруть участь у процесі просування товарів від виробника до споживача.

Перелік тестових питань

1. Під економічною діяльністю розуміють: а) процес поєднання дій, що вможливають отримання відповідного результату — продуктів чи послуг; б) процес поєднання дій, що унеможливають отримання відповідного результату — продуктів чи послуг; в) процес поєднання дій, що спонукають витрати для отримання економічного результату; г) усі відповіді не вірні.

2. Підприємницька діяльність з продажу, перепродажу із відповідними перетвореннями товарів підприємствам роздрібною торгівлі, іншим суб'єктам підприємницької діяльності для подальшого перепродажу чи професійного використання їх — це: а) роздрібна торгівля; б) оптова торгівля; в) змішана торгівля; г) усі відповіді вірні.

3. Головним завданням оптової торгівлі є: а) максимальна реалізація товарів, що надійшли з виробництва; б) закупівля і реалізація товарів з метою одержання прибутку; в) створення найсприятливіших умов суб'єктам товарного ринку для здійснення раціонального товарного обігу; г) максимальна реалізація зі складу товарів.

4. Опосередковуючи початкову фазу товарного обігу, оптова торгівля забезпечує: а) сталий попит покупців, пошук ними товару на ринку; б) формування товарних потоків і спрямування їх від виробників до покупців із максимальним рівнем витрат обігу та мінімальною швидкістю товароруку; в) формування попиту на нові товари, просування їх на товарний ринок; г) спонукання товаровиробників до виготовлення максимальної кількості товарів.

5. В основному оптову торгівлю на товарному ринку здійснюють: а) виробники товару; б) споживачі товару; в) усі відповіді не вірні; г) маркетингові оптові посередники.

6. До суб'єктів оптової торгівлі належить: а) лізингові фірми; б) підприємства та підприємці роздрібною торгівлі, які купують товари для подальшого продажу; в) комерційні структури промислових, сільськогосподарських та інших підприємств-виробників і постачальників товарів; г) усі відповіді вірні.

7. Економічна сутність оптової торгівлі полягає у: а) здійсненні процесу продажу товарів і послуг товаровиробниками іншим підприємствам сфери виробництва; б) здійсненні процесу продажу товарів і послуг товаровиробниками оптовим і роздрібним торговельним підприємствам; в) здійсненні процесу продажу товарів і послуг товаровиробниками комерційним посередникам та державним установам; г) усі відповіді вірні.

8. В умовах планової економіки оптова торгівля включала: а) торгівлю продовольчими товарами і торгівлю непродовольчими товарами; б) торгівлю засобами виробництва і предметами праці; в) торгівлю транспортними засобами; г) торгівлю послугами.

9. Господарські формування, що включають кілька організаційно, структурно або функціонально взаємозв'язаних за спорідненою товарною спеціалізацією або за єдиною, зрідка - відомчою, постачальницько-збутовою орієнтацією оптових підприємств – це: а) оптові підприємства; б) оптові організації; в) підприємці-оптові торговці; г) усі відповіді вірні.

10. Формування, що діють від власного імені, але за кошт клієнта – це: незалежні оптові торговці; оптові торговельні агенти; оптові торговельні посередники; усі відповіді вірні.

11. Підприємства оптової торгівлі можна класифікувати за такими ознаками: а) функціональним рівнем; б) організаційно-правовою формою; в) формою власності і належністю; г) усі відповіді вірні.

12. Переважно невеликі за обсягами оптового обороту склади, покликані обслуговувати потреби відомчої торговельної мережі – це: а) оптові підприємства національного значення; б) оптові підприємства міжрегіонального і регіонального рівня; в) оптові підприємства локального значення; г) усі відповіді вірні.

13. За загальною товарною спеціалізацією оптові торговельні підприємства є: а) консигнаційні; б) універсальні; в) комісійні; г) брокерські.

14. За функціональною спеціалізацією оптові торговельні підприємства є: а) універсальні; б) спеціалізовані; в) маклерські; г) змішані.

15. Оптові закупівлі — це: а) придбання товарів великими партіями з метою їх дальшого перепродажу; б) придбання товарів дрібними партіями з метою їх дальшого перепродажу; в) збут товарів великими партіями з метою їх дальшого перепродажу; г) усі відповіді не вірні.

16. Стратегія диверсифікації – це: а) система заходів, що використовується для того, щоб підприємство стало занадто залежним від одного стратегічного господарчого підрозділу чи однієї асортиментної групи; б) система заходів, що використовується для того, щоб підприємство стало занадто залежним від багатьох стратегічних господарських підрозділів чи асортиментних груп; в) система заходів, що використовується для того, щоб підприємство не стало занадто залежним від одного стратегічного господарчого підрозділу чи однієї асортиментної групи; г) усі відповіді не вірні.

17. Коли існує виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає виходячи з тих можливостей, що укладені в освоєному ринку, використаній технології або ж інших сильних сторонах функціонування фірми – це стратегія: а) концентрованої диверсифікації; б) горизонтальної диверсифікації; в) конгломеративної диверсифікації; г) вертикальної диверсифікації.

18. Якщо фірма розширюється за рахунок виробництва технологічно не пов'язаних товарів, що реалізуються на нових ринках – це стратегія: а)

концентрованої диверсифікації; б) горизонтальної диверсифікації; в) конгломеративної диверсифікації; г) вертикальної диверсифікації.

19. Оптова діяльність може здійснюватись у трьох основних організаційних формах: а) через роздрібні підрозділи фірм-виробників, через незалежних оптових посередників, через залежних оптових посередників; б) через оптові і роздрібні підрозділи фірм-виробників, через незалежних оптових посередників, через залежних оптових посередників; в) через оптові підрозділи фірм-виробників; через незалежних оптових посередників; через залежних оптових посередників; г) усі відповіді вірні

20. Збутові контори підприємств фізичні операції з товарами: а) не виконують, мають лише їх взірці; б) частково виконують і мають їх взірці; в) виконують; г) усі відповіді вірні.

Питання для самоконтролю

1. Сутність оптової торгівлі. Місце оптового торговельного підприємництва у системі суспільного товароруку.

2. Функції оптового торговельного підприємництва на мікро- та на макрорівні.

3. Комерційні, технологічні та виробничі функції оптового торговельного підприємництва.

4. Суб'єкти підприємництва в оптовій торгівлі.

5. Алгоритм здійснення закупівельної роботи оптовими торговельними підприємствами.

6. Методи закупівлі продукції у оптовому торговельному підприємстві.

7. Які типи оптових підприємств існують, і як вони взаємодіють з виробниками та роздрібними торговцями?

8. Які переваги оптової торгівлі для виробників та роздрібних торговців?

9. Які основні аспекти управління запасами в оптовій торгівлі?

10. Які чинники визначають вибір місцеположення оптового підприємства та його логістичних рішень?

ТЕМА 6.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Питання до самостійного опрацювання

6.1 Особливості підприємницької діяльності в сфері ресторанного господарства.

6.2. Порядок створення закладу ресторанного господарства.

6.3. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства.

Ресторанне господарство є галуззю народного господарства та сферою підприємницької діяльності, що мають власну специфіку.

Суспільно-організоване харчування (масове виробництво їжі з наступною її реалізацією населенню), яке виникло в результаті розвитку продуктивних сил та розподілу праці в процесі виробництва і передбачає використання високопродуктивної техніки, раціональну організацію праці та спеціалізацію працівників на виконанні окремих технологічних операцій.

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виготовляє та (або) доготовляє, продає і організує вживання продукції власного виробництва та закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте ресторанне господарство як галузь народного господарства. Які її особливості?
2. У чому полягають функції ресторанного господарства?
3. Визначте загальні риси й відмінності між ресторанним господарством, торгівлею та харчовою промисловістю.
4. Охарактеризуйте ресторанне господарство як сферу підприємницької діяльності. Які особливості їй притаманні?
5. Сутність і види конкуренції у сфері ресторанного господарства.
6. Якими нормативними актами та документами регламентується діяльність суб'єктів ресторанного господарства?
7. З яких етапів складається процес створення закладу ресторанного господарства.
8. Дайте визначення поняття «організаційно-обслуговуюча система підприємства ресторанного господарства».
9. Висвітліть особливості просторової та часової структури організаційно-обслуговуючої системи підприємства ресторанного господарств

ТЕМА 7.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПОСЛУГ

Питання до самостійного опрацювання

7.1 Загальні напрями торговельно-посередницької діяльності.

7.2 Функції торговельних посередників.

7.3 Правове регулювання торговельного посередництва.

Торговельно-посередницька діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних

зв'язків від імені, або за дорученням третьої сторони.

Комерційне підприємництво – це підприємництво, пов'язане із здійсненням процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту покупців (споживачів) та отримання прибутку.

Торгово-посередницька операція – це господарська операція суб'єкта підприємницької діяльності, що виступає в ролі комісіонера в договорі комісії, консигнатора в консигнаційному договорі або повіреного в договорі доручення, за винятком довірчих операцій

Бізнес-консалтинг – це набуття спеціалізованого досвіду, методології, техніки поведінки, професійних навичок, які допомагають клієнту покращити фінансово-економічний стан підприємства.

Види торговельно-посередницької діяльності: торговельно-посередницька діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені, або за дорученням третьої сторони; торговельно-посередницька діяльність із перепродажу товарів;

- торговельно-посередницька діяльність зі створення умов для здійснення актів купівлі-продажу, організації товарообігу.

Суб'єкти торговельно-посередницької діяльності - фізичні та юридичні особи: торговці по договору, торгові агенти, комісійні фірми, консигнаційні склади, лізингові компанії, аукціонні центри, біржі та ін.

Комерційне посередництво - це підприємницька діяльність, що полягає в наданні комерційними агентами послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє.

Посередники - це особи (юридичні або фізичні), що представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів.

Агент - це фізична або юридична особа, яка вчиняє операції або виконує ділові доручення іншої особи (принципала) за його рахунок від його або від свого імені на відносно постійній основі, що не приймає на себе права власності на товар.

Дилер - фізична або юридична особа, яка закупує продукцію оптом і торгує нею в роздріб або малими партіями. Це агенти фірм-виробників продукції, що виступають у ролі учасників її дилерської мережі. Н

Комівояжер - це збутовий посередник, який за дорученням підприємства не тільки продає, а й доставляє товар покупцю

Перелік тестових питань

1. Посередник – це:

а) юридична або фізична особа, яка знаходиться між іншими контрагентами комерційного процесу і виконує функції їх зведення один з одним для обміну товарами або послугами і інформацією.

б) юридична або фізична особа, яка знаходиться між постачальниками комерційного процесу і виконує функції їх зведення один з одним для обміну товарами або послугами і інформацією.

в) юридична або фізична особа, яка знаходиться між покупцями комерційного процесу і виконує функції їх зведення один з одним для обміну товарами або послугами і інформацією.

г) юридична або фізична особа, яка знаходиться між іншими контрагентами комерційного процесу і виконує частково функції їх зведення один з одним для обміну товарами або послугами і інформацією.

2. На долю торгових посередників приходиться товарів, які беруть участь в міжнародному товарообігу: а) від половини до 3/4 б) від половини до 4/5 в) від половини до 2/3 г) від половини до 3/5.

3. Торгові посередники з обміну наданих їм повноважень – це: а) прості агенти б) монопольні агенти в) агенти з правом «першої руки» г) комісіонери.

4. торгові посередники за їх місцем на ринку – це: а) агенти-представники б) монопольні агенти в) агенти-брокери г) консигнатори.

5. Агенти-представники – це:

а) іноземні особи, фірми й організації, яким поручителі довіряють підписувати контракти від їх імені та за їхній рахунок. повірники несуть майнову відповідальність за перевищення повноважень. одержують за послуги винагороди;

б) іноземні особи, фірми й організації, які укладають від свого імені або за рахунок постачальників-комітетів (замовників) угоди. за послуги комісійні винагороди в установлених договором розмірах;

в) іноземні фірми й організації, які здійснюють пошук зацікавлених партнерів і зводять їх для підписання контрактів. за послуги одержують винагороди;

г) посередники, які збувають поставлені на їхні склади від постачальників (консигнантів) товари їхнім покупцям і переводять виручені кошти консигнантам.

6. Дистриб'ютори – це:

а) посередники, які збувають поставлені на їхні склади від постачальників (консигнантів) товари їхнім покупцям і переводять виручені кошти консигнантам

б) збутові посередники, які займаються перепродажем товарів від свого імені та за свій рахунок. самі несуть всі ризики

в) особи або фірми, які займаються перепродажем товарів від свого імені

г) посередники, які сприяють здійсненню угод між зацікавленими сторонами клієнтами. звичайно укладають угоди за дорученням і за рахунок клієнтів, одержуючи винагороду.

7. Іноземні фірми й організації, які здійснюють пошук зацікавлених партнерів і зводять їх для підписання контрактів – це: а) агенти-повірники б) комісіонери в) консигнатори г) усі відповіді не вірні

8. Операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, які виконані за дорученням виробника-експортера (рідше імпортера) незалежним від нього торговим посередником, на основі укладеної угоди або окремого доручення – це: а) агентські операції б) торгово-посередницькі операції в) делькредере г) операції консигнації.

9. У відношенні до виробників виступають як покупці, для придбання товарів на основі договору купівлі-продажу: а) незалежні оптові підприємства б) формально незалежні посередники в) повірені г) незалежні посередники.

10. Сприяють встановленню господарських зв'язків між постачальниками та споживачами: а) спеціалізовані посередники б) інформаційно-контактні посередники в) інформаційні або чисті посередники г) пошукові посередники.

11. Є повноважними агентами зі збуту і надають значний вплив на політику цін, терміни та умови продажу товарів: а) залежні посередники б) консигнатори в) пошукові посередники г) інформаційно-контактні посередники.

12. Здійснюють комерційну діяльність за рахунок і в інтересах особи (принципала): а) товарні брокери б) промислові агенти в) збутові агенти г) торгові агенти.

13. За об'ємом доручень торгові агенти можуть бути: а) універсальні б) генеральні в) спеціальні г) усі відповіді вірні.

14. Актуальність бізнес-планування полягає в:

а) посиленні вимог інвесторів до економічного обґрунтування інвестицій-них проектів;

б) послаблення конкуренції, що потребує від підприємця більш продуманих дій;

в) зниження вимог роботодавців до економічних знань найманих працівників.

г) усі відповіді вірні .

15. Офіційний документ, який в точній, зрозумілій та доступній формі описує процес створення та реалізації комерційної ідеї її власником з точки зору збуту, виробництва, обліку і фінансів – це: а) фінансовий план б) виробничо-фінансовий план в) бізнес-план г) план стратегічного розвитку.

16. Торговельно-посередницька діяльність — це: а) ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів; б) ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо обслуговування споживачів; с) ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо забезпечення споживачів якісними товарами.

17. До торговельно-посередницької діяльності із перепродажу товарів відносять: а) перепродаж товарів від імені або за дорученням товаровиробника, комісійна й консигнаційна торгівля, інші види перепродаж за дорученням другої сторони; б) тільки продаж товарів від імені або за дорученням товаровиробника; с) тільки перепродаж за дорученням другої сторони.

18. До торговельно-посередницької діяльності зі створення умов для здійснення актів купівлі-продажу і організації товарообігу відносять: а) діяльність зі сприяння суб'єктам товарного обігу в здійсненні ними операцій купівлі-продажу, створення умов для укладання комерційних угод; б) тільки діяльність зі створення умов для укладання комерційних угод; с) перепродаж за дорученням другої сторони.

19. Комерційне посередництво (агентська діяльність) є: а) підприємницькою діяльністю, що полягає в наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє; б) посередницькою діяльністю при продажі товарів; с) підприємницькою діяльністю, що полягає в наданні комерційних послуг.

20. Предметом діяльності комерційних посередників є: а) організація обігу продукції виробничо-технічного призначення та виробів широкого вжитку, сприяння товаровиробникам в ефективному використанні виробничих потужностей, розширенні й удосконаленні виробничої кооперації; б) тільки організація обігу продукції виробничо-технічного призначення та виробів широкого вжитку; с) сприяння товаровиробникам в ефективному використанні виробничих потужностей, розширенні й удосконаленні виробничої кооперації.

Питання для самоконтролю

1. Наведіть класифікацію видів послуг.
2. Визначте характеристики які є загальними для усіх видів послуг. Розкрийте їх сутність.
3. Визначте зміст торговельно-посередницької діяльності.
4. Охарактеризуйте види торговельно-посередницької діяльності.
5. Наведіть функції, що виконуються торговельними посередниками.
6. Назвіть суб'єктів торговельно-посередницької діяльності

ТЕМА 8. ОБЛІК У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Питання до самостійного опрацювання

- 8.1 Документальне оформлення надходження та реалізації товарів
- 8.2. Ціни та ціноутворення на товари в торгівлі
- 8.3. Товарообіг торговельного підприємства

Організація обліку у торговельному підприємстві базується на чіткій системі бухгалтерського обліку, контролю та звітності.

Торгові надбавки – це частина вартості товару, призначена для покриття витрат підприємства, отримання прибутку та сплати податків

Бухгалтерський облік - реєстрація та оцінка основних активів, таких як будівлі, обладнання, транспортні засоби тощо.

Фінансовий аналіз - вивчення та оцінка фінансового стану підприємства, виявлення тенденцій та ризиків.

Інвентаризація - регулярне проведення інвентаризації товарів на складі для підтвердження наявності та оцінки залишків.

Перелік тестових питань

1. Рішення яких найважливіших задач торгового підприємства забезпечують доходи, будучи фінансовою базою?
 - А. Виплата різних видів податкових платежів.
 - Б. Формування прибутку підприємства.
 - В. Покриття всіх видів поточних витрат (витрат обігу).
 - Г. Все вище перелічене.

2. До якого виду доходів залежно від видів діяльності відносять суми комісійних відсотків, додаткова виручка від реалізації продукції (робіт, послуг), якщо підприємство є посередником і бере участь в розрахунках при виконанні домовленостей?
 - А. Доходи від посередницької діяльності.
 - Б. Доходи від інвестиційно-кредитної діяльності.
 - В. Доходи від торгової діяльності.
 - Г. Інші види доходів.

3. До якого виду доходів залежно від видів діяльності відносять доходи, одержані від пайового долі в спільних підприємствах, доходи, одержані від надання майна в оренду, доходи від депозитних внесків підприємства?
 - А. Доходи від посередницької діяльності.
 - Б. Доходи від інвестиційно-кредитної діяльності.
 - В. Доходи від торгової діяльності.
 - Г. Інші види доходів.

4. Що є основним джерелом утворення доходу від реалізації товарів торгових підприємства?
- А. Товарообіг.
 - Б. Собівартість реалізованих товарів.
 - В. Торговельні надбавки.
 - Г. Немає правильної відповіді.
5. Що з перерахованого включається до складу торгової надбавки?
- А. Витрати обігу.
 - Б. Прибуток від реалізації товарів.
 - В. Податок на додану вартість, сплачуваний роздрібним підприємством.
 - Г. Все вище перелічене.
6. Яка база розрахунку використовується для рівня торгової надбавки?
- А. Роздрібний товарообіг (оптовий товарообіг).
 - Б. Товарооборот по собівартості
 - В. Товарооборот з участю в розрахунках.
 - Г. Все вище перелічене.
7. Яка база розрахунку використовується для рівня доходу від реалізації?
- А. Роздрібний товарообіг (оптовий товарообіг).
 - Б. Товарооборот по собівартості
 - В. Товарооборот з участю в розрахунках.
 - Г. Все вище перелічене.
8. Для яких підприємств доходом від реалізації продукції є націнка?
- А. Підприємства роздрібної торгівлі.
 - Б. Підприємства оптової торгівлі.
 - В. Підприємства ресторанного господарства.
 - Г. Немає правильної відповіді.
9. Як називається частина чистого прибутку, який залишився у торгового підприємства після задоволення його потреб?
- А. Нерозподілений прибуток.
 - Б. Розподілений прибуток.
 - В. Цільовий прибуток.
 - Г. Недоотриманий прибуток.
10. Як називається прибуток, який призначений для задоволення потреб підприємства у вигляді виплати матеріального заохочення працівникам, дивідендів акціонерам і т.п.?
- А. Нерозподілений прибуток.
 - Б. Розподілений прибуток.
 - В. Цільовий прибуток.
 - Г. Недоотриманий прибуток.

11. Як називаються грошові доходи, які могло б одержати підприємство при вигіднішому використуванні ресурсів, що належать йому?
- А. Нерозподілений прибуток.
 - Б. Розподілений прибуток.
 - В. Цільовий прибуток.
 - Г. Недоотриманий прибуток.
12. Як називається прибуток, який залишається після сплати податків і відповідає потребам підприємства для його соціального і виробничого розвитку?
- А. Нерозподілений прибуток.
 - Б. Розподілений прибуток.
 - В. Цільовий прибуток.
 - Г. Недоотриманий прибуток.
13. Які чинники роблять вплив на розмір валового доходу торгового підприємства?
- А. Рівень цін.
 - Б. Строки реалізації продукції.
 - В. Ритмічність відвантаження.
 - Г. Все вище перелічене.
14. Рівень доходу від реалізації торгового підприємства розраховується ...
- А. До чистого прибутку.
 - Б. До товарообігу.
 - У. До собівартості реалізованих товарів.
 - Р. До прибутку від реалізації.
15. Коефіцієнт рентабельності продажів розраховується як ...
- А. Відношення прибутку від реалізації до товарообігу.
 - Б. Відношення товарообігу до прибутку від реалізації.
 - В. Відношення чистого прибутку до прибутку від реалізації.
 - Г. Відношення чистого прибутку до товарообігу.

Питання для самоконтролю знань

1. Обґрунтуйте етапи обліку у торговельному підприємстві
2. Які документи є підставою для оприбуткування товарів?
3. Як визначається варість товарів?
4. Проведіть порівняння між торговою націнкою та торговою надбавкою. В чому їх відмінність?
5. Як розраховується реалізована торгова надбавка?
6. Які види цін мають місце у торговельному підприємстві?
7. Як відбувається формування вільних роздрібних цін?

8. У чому полягає відміна між визначенням відпускної ціни товару на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі?
9. Яким чином проводиться облік строку реалізації товару в ціні?
10. Що таке товарообіг? Які ознаки йому притаманні?
11. Надайте характеристику роздрібному товарообігу.
12. Які чинники впливають на розмір доходу торгового підприємства від реалізації?
13. Що є базою для розрахунку рівня доходу від реалізації?
14. Що є базою для розрахунку рівня торгової надбавки?
15. Які основні етапи включає процес аналізу доходів торгового підприємства?
16. Який економічний зміст прибутку торгового підприємства?
17. Які основні етапи включає процес аналізу прибутку торгового підприємства?
18. Що розуміється під процесом розподілу прибутку торгового підприємства?
19. Яка економічна суть категорії «рентабельність»?
20. Які види рентабельності розраховуються для підприємств торгівлі?

Рекомендований перелік питань для підготовки до підсумкового контролю

1. Роль торговельного підприємництва в розвитку держави (за матеріалами Держкомстату України).
2. Вплив держави на розвиток підприємництва (за матеріалами регіону).
3. Основні тенденції розвитку малого торговельного підприємництва в Україні (за матеріалами Держкомстату України).
4. Розвиток організаційно-правових форм торговельного підприємництва (за матеріалами фізичної особи-підприємця, приватного підприємства, господарського товариства).
5. Етапи розвитку бізнес-ідеї в торговельному підприємстві (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства).
6. Функціонування дозвільної системи в торговельному підприємстві (за матеріалами торговельного підприємства).
7. Організація торговельного підприємництва в роздрібній торгівлі продовольчими товарами (за матеріалами малого торговельного підприємства).
8. Організація торговельно-посередницького підприємництва в оптовій торгівлі (за матеріалами малого торговельного підприємства).
9. Торговельне підприємництво в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами малого торговельного підприємства). 1
10. Організація торговельного підприємництва фізичної особи-підприємця (за матеріалами фізичної особи - підприємця).
11. Стан та перспективи розвитку комерційного посередництва в Україні (за матеріалами Держкомстату України).
12. Комерційна діяльність роздрібного підприємства (за матеріалами магазину, фізичної особи – підприємця).
13. Планування торговельної діяльності малого підприємства (за матеріалами магазину з торгівлі непродовольчими товарами).
14. Організація торговельної діяльності малого підприємства (за матеріалами малого підприємства).
15. Розробка бізнес-плану організації малого підприємства торгівлі: методика та розрахунок проекту (за матеріалами малого підприємства).
16. Економічне обґрунтування доцільності створення торговельного підприємства (за матеріалами фізичної особи - підприємця, приватного підприємства, господарського товариства). 1
17. Організація підприємницької діяльності на торговельному підприємстві (за матеріалами магазину).
18. Використання концепції маркетингу в торговельному підприємстві (за матеріалами магазину).
19. Суб'єкти підприємницької діяльності на оптовому ринку товарів і послуг (за матеріалами регіону).
20. Організаційно-правове забезпечення взаємодії суб'єктів торговельного підприємництва (за матеріалами оптових, роздрібних підприємств різних організаційно-правових форм підприємництва).

21. Організація господарських зв'язків в торгівлі, їх правове регулювання (за матеріалами магазину).

22. Підприємство як головна структурна ланка підприємницької діяльності (за матеріалами торговельного підприємства).

23. Стан та перспективи розвитку оптового ринку регіону (за матеріалами регіону, області, України).

24. Шляхи впровадження науково-технічного прогресу в оптовій торгівлі (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

25. Організація торговельно-посередницької діяльності в регіоні (за матеріалами області, регіону, України).

26. Матеріально-технічна база оптових підприємств та шляхи її вдосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

27. Організація постачання роздрібною торговельною мережі товарами (за матеріалами торговельного підприємства).

28. Організація централізованого завезення товарів в роздрібну торговельну мережу (за матеріалами оптового торговельного підприємства, дрібнооптового підприємства, cash&carry).

29. Транспортно-експедиційне обслуговування підприємств торгівлі (за матеріалами торговельного, транспортно-експедиційного підприємства).

30. Організація роздрібною торгівлі та перспективи її розвитку (за матеріалами області, регіону, України).

31. Формування товарних ресурсів роздрібною торгівлі споживчої кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок). 45. Удосконалення товарозабезпечення роздрібною торгівлі (за матеріалами роздрібною торговельного підприємства).

32. Організація торговельно-закупівельної діяльності підприємства (за матеріалами торговельного, виробничого, сільськогосподарського підприємства тощо).

33. Біржова торгівля як форма організації оптового ринку (за матеріалами вітчизняних бірж).

34. Організація ярмаркової торгівлі (за матеріалами постійно діючих, періодичних ярмарків).

35. Удосконалення торговельного обслуговування населення в роздрібній торгівлі (за матеріалами торговельного підприємства).

36. Розвиток послуг, пов'язаних з реалізацією товарів в роздрібній торгівлі (за матеріалами торговельного підприємства).

37. Організація комісійної торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами магазину).

38. Особливості організації торгівлі в торговельних центрах (за матеріалами торговельного центру).

39. Прогресивні методи продажу товарів та їх ефективність (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

40. Проблеми становлення та розвитку електронної торгівлі (за матеріалами Internet-магазину).

Рекомендована література

1. Балабан П.Ю. Організація торгівлі: навч. посіб. Полтава : ПУЕТ, 2014. 214 с.
2. Балджи М.Д., Допіра І. А., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
3. Балджи М.Д. Торговельне підприємництво: навчальний посібник / М.Д. Балджи, Н.В. Доброва, В.О. Однолько, М.М.
4. Торговельне підприємництво: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. В. Фролової. – Одеса, Бондаренко М.О., 2018. – 640 с., іл.
5. Власова Н. О. Економіка торгівлі : навч. посібник / Н. О. Власова, 212 О. А. Круглова, В. А. Гросул, М. В. Чорна та ін.; за ред. Н. О. Власової. Х. : Світ книг, 2014. 473 с.
6. Гой І.В. Підприємництво: навч. посіб. для студ. вузів / І.В. Гой, Т.П. Смелянська; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Хмельн. нац. ун-т. К.: Центр учб. л-ри, 2016. 368 с.
7. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій / Л.О. Болтянська, Ю.О.Прус – Мелітополь: Люкс, 2021. – 162 с.
8. Методичні рекомендації щодо виконання практичних і самостійних робіт з дисципліни «Комерційна діяльність» студентами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Л.М. Сатир, Л.І. Стаднік, А.О. Шевченко, Р.П. Задорожна та ін. – Біла Церква, 2019. – 90 с.
9. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.] ; за заг. ред. Н.О. Голошубової. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 344 с.
10. Савицька Н.Л. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова, А.В. Красноусов, К.С. Олініченко. – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
11. Ткачук С.В. Торговельне підприємництво [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. напряму підготовки 6.030510 "Товарознавство і торговельне підприємництво" денної форми навч. / С.В. Ткачук, І.В. Ніколаєнко. – К.: НУХТ, 2014. – 129 с.
12. Торговельне підприємництво : монографія / за наук. ред. С. В. Князя. Л.: «Львівська Політехніка», 2015. 724 с.
13. Управління грошовими потоками торговельних підприємств з використанням збалансованої системи показників [Електронний ресурс] : монографія / А. П. Грінько [та ін.] ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків : [б. в.], 2015. - 338 с.
14. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій / Л.О. Болтянська, Ю.О.Прус – Мелітополь: Люкс, 2021. – 162 с
15. Юрко І. В. Торговельне підприємництво: навч. посібник / І. В. Юрко. – К.: Центр учб. л-ри, 2014. 232 с