

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Кафедра економіки і підприємництва

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійної роботи
з дисципліни «Економіка торгівлі»
для здобувачів спеціальності
076 «Підприємництво та торгівля»

Харків 2025

Розробник: доц. Кирчата І.М.

ВСТУП

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

1. Мета, предмет та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою вивчення навчальної дисципліни є: набуття спеціальних теоретичних знань щодо організації і технології торговельної діяльності та навичок їх практичного застосування на підприємствах торгівлі за сучасних умов господарювання.

1.2 Предметом вивчення навчальної дисципліни є: сучасні концепції, методичні підходи щодо забезпечення ефективності функціонування підприємств торгівлі за умов конкуренції; опанування методичним інструментарієм здійснення аналізу організації роздрібною і оптовою торгівлі, розробки рекомендацій щодо її вдосконалення і підвищення ефективності

1.3 Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є: здобуття теоретичних знань з питань розвитку роздрібною торговельною мережі, організації процесу продажу товарів, обслуговування покупців, технологічного процесу в магазинах, організації гуртової торгівлі, торгівлі на біржах і аукціонах, ; вивчення зарубіжного досвіду організації торгівлі та формування критичного осмислення доцільності й можливості його використання у практиці торгівлі України; набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності організації торгівлі та наслідків управлінських рішень, що приймаються

1.4 По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

- сутність розвитку роздрібною торговельною мережі, складської мережі;
- поняття технологічного процесу в магазинах і на складах, тарообігу;
- технологічного процесу в магазинах;
- організацію гуртової, роздрібною торгівлі, торгівлі на біржах і аукціонах;
- організацію процесу продажу товарів, обслуговування покупців;
- здійснення розрахункових операцій у сфері торгівлі.

уміти:

- оцінювати економічну ефективність діяльності торговельного підприємства;
- здійснювати аналіз організації роздрібною і оптовою торгівлі;
- розробляти рекомендації щодо вдосконалення і підвищення ефективності організації роздрібною і оптовою торгівлі;
- здійснювати аналіз зовнішньої торгівлі підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки: Економічна теорія, Макроекономіка, Мікроекономіка, Маркетинг, Економіка підприємства, Підприємництво і бізнес-культура.

ТЕМА 1.

Тематика для самостійного опрацювання: ТОРГІВЛЯ, ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ. ПРАВОВІ ЗАСАДИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.

1.1 Торгівля в системі ринкових відносин: сутність та основні функції.

1.2 Співвідношення понять «торгівля та торгова діяльність».

1.3 Споживчий ринок товарів та послуг: характеристика та складові

1.4 Форми і види торгівлі в системі торгових відносин.

Торгівля - процес обміну товарами, послугами та ресурсами між суб'єктами на ринку з метою отримання прибутку або задоволення потреб споживачів.

Світова торгівля - обмін товарів та послуг між країнами, що відбувається через міжнародні ринки.

Торговельні бар'єри - різноманітні перешкоди, такі як мита, квоти, санкції та інші обмеження, що ускладнюють або роблять менш ефективною торговельну діяльність між країнами.

Вільна торгівля - принцип, що полягає в зменшенні чи повному відмові від тарифів та інших обмежень для сприяння вільному руху товарів та послуг між країнами.

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.

Мито і тарифи - податки, які стягуються з товарів при їх перетині митниці, або встановлені ставки на ввезення товарів з-за кордону.

Торговельний баланс - різниця між експортом та імпортом товарів та послуг у певний період часу.

Перелік тестових питань

1. Що з перерахованого відноситься до характеристик споживчого ринку?
 - А. Це сфера прояву певних економічних відносин, де відбувається розподіл і перерозподіл споживаної частини суспільного продукту.
 - Б. Це ринок товарів народного споживання виконує роль сполучної ланки між виробництвом і розподілом, з одного боку, і особистим споживанням – з іншою.
 - В. Це сфера прояву відносин між виробниками і споживачами товарів, а також між вартістю і споживацькою вартістю товарів.
 - Г. Все вище перелічене.

2. Ринок, залежно від типу покупця, може називатися:
 - А. Республіканський.

- Б. Торгово-посередницький.
- В. Організований (формальний).
- Г. Ринок чинників виробництва.

3. Ринок, залежно від організаційної форми, може бути:

- А. Фінансовий ринок.
- Б. Біржовий ринок товарів.
- В. Неорганізований (неформальний) ринок.
- Г. Оптовий ринок.

4. Залежно від ступеня розповсюдження економічних зв'язків продавців і покупців, ринок може бути:

- А. Місцевий.
- Б. Фінансовий.
- В. Ринок товарів і послуг.
- Г. Неорганізований (неформальний ринок).

5. Залежно від об'єктів купівлі-продажу спільний ринок товарів (послуг), може бути:

- А. Регіональний (обласний).
- Б. Ринок чинників виробництва.
- В. Організований (формальний) ринок.
- Г. Все вище перелічене.

6. Ринок, де покупцями є виробники і масові споживачі (державні установи), називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.

7. Ринок, де покупцями є торгові підприємства, що придбавають товар для подальшого продажу (дистриб'ютори різного типу), називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.
- Г. Біржовий ринок товарів.

8. Ринок, де покупцями виступають кінцеві споживачі, що придбавають товар для особистого споживання і для домашнього господарства, називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.
- Г. Біржовий ринок товарів.

9. Ринок, виступаючий не тільки як посередник між продавцем і покупцем, але і як організатор процесу купівлі-продажу, механізму, який ефективно сполучає власника товару і власника грошей, інструменту формування і прогнозування цін, називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.
- Г. Біржовий ринок товарів.

10. Яка з функцій ринку товару і послуг (споживчого ринку) дозволяє організувати обмінний процес таким чином, що жоден з його учасників не повинен відчувати себе в якійсь мірі незатребуваним: будь то відносно витрачання основних чинників виробництва або в плані забезпечення себе необхідними умовами відтворення?

- А. Вплив споживчого ринку на економічні інтереси його учасників.
- Б. Встановлення пропорцій у виробничих відносинах.
- В. Компроміс економічних інтересів учасників обмінних процесів і стимулювання їх подальшої діяльності.
- Г. Створення умов для чесної конкурентної боротьби.

11. Що з перерахованого не відноситься до показників купівельної спроможності населення?

- А. Кон'юнктура ринку.
- Б. Кількість підприємств.
- В. Рівень грошових доходів населення.
- Г. Ємність ринку.

12. Що з перерахованого відноситься до показників ринкової ситуації?

- А. Соціальна ефективність.
- Б. Територіальні відмінності цін.
- В. Рівень грошових доходів населення.
- Г. Стабільність ринку.

13. Що з перерахованого не відноситься до показників ринкової інфраструктури?

- А. Канали збуту.
- Б. Транспортні засоби.
- В. Ланковість руху товару.
- Г. Фінансово-кредитні послуги.

14. На основі показників оцінки стану і розвитку внутрішніх споживацьких ринків якої групи можна оцінити ефективність ринкового процесу, розрахувавши коефіцієнт ланковості руху товару?

- А. Показники ринкової інфраструктури.
- Б. Показники ринкової ситуації.

В. Показники руху товарної маси.

Г. Показники купівельної спроможності населення.

15. Товарна продукція підприємства – це:

А. Продукція, що поступає в народногосподарський оборот, тобто відпущену або призначену до відпустки на сторону: для постачання інших підприємств, споживання населення, експорту і інших цілей.

Б. Це весь продукт, вироблений підприємством, у вартісному виразі.

В. Продукція, яка виготовлена на конкретному підприємстві, сплачена покупцем, факт відвантаження якої оформлений документально, і відвантажена, тобто передана в народногосподарський оборот або кінцеве споживання.

Г. Немає правильної відповіді.

Питання для самоконтролю

1. Яка роль торгівлі у забезпеченні економічного розвитку країни?
2. Які основні переваги та виклики має міжнародна торгівля для України?
3. Які фактори впливають на зовнішньоекономічну політику України?
4. Які основні торговельні партнери України та які товари чи послуги найбільш популярні у міжнародній торгівлі?
5. Які правові акти регулюють торговельну діяльність в Україні?
6. Які основні принципи вільної торгівлі використовуються в Україні?
7. Які механізми вирішення торговельних спорів використовуються в Україні та на міжнародному рівні?
8. Які можливості надає членство України в Світовій торговельній організації (ВТО)?
9. Які тенденції розвитку торгівлі спостерігаються в Україні в контексті сучасних економічних умов?
10. Які виклики та перспективи перед торговельною діяльністю в Україні з огляду на глобальні та внутрішні фактори?

ТЕМА 2.

Тематика для самостійного опрацювання: СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА ФОРМА І ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1 Сутність і задачі торгових підприємств

2.2 Проблеми розвитку торгівлі та торгових підприємств

2.3 Правові аспекти торговельної діяльності

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.

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.

Командитне товариство (КТ) - форма підприємства, де один чи декілька учасників несуть необмежену відповідальність за зобов'язаннями підприємства (командити), а інші - обмежену відповідальність.

Торгове підприємство - підприємство, спеціалізоване на реалізації товарів через різні канали збуту.

Споживче товариство - організація, створена для задоволення побутових та інших потреб своїх членів шляхом об'єднання їх зусиль та кооперації в управлінні.

Франшиза - форма комерційної угоди, за якою франчайзер надає франчайзі відповідні права (зазвичай використання торговельної марки та бізнес-моделі) для ведення бізнесу під його брендом.

Перелік тестових питань

1. Як багатofункціональна соціально-економічна підсистема національної економіки торгівля ...

- А. Створює умови для реалізації законів вартості, попиту і пропозиції, сприяє задоволенню платоспроможного попиту, розширенню місткості ринку, його інфраструктурного забезпечення.
- Б. Забезпечує реалізацію споживацької вартості сукупного продукту, функціонування внутрішнього ринку товарів і послуг, розвиток міжрегіональних і міжгалузевих економічних зв'язків.
- В. Відповідно до класифікатора видів економічної діяльності, охоплює широкий спектр видів і різновидів торгової діяльності, об'єднаних в 105 класів і підкласів.
- Г. Концентрує значний ресурсний потенціал: необоротних активів (10% загальних необоротних активів України), оборотних активів (35%),

потенціалу трудових ресурсів (офіційно 11,5%, а розрахунковий – до 18%).

2. Що є об'єктом торгівлі?

- А. Купівля і продаж товарів.
- Б. Рух товару.
- В. Надання послуг в період післяпродажної експлуатації.
- Г. Все вище перелічене.

3. Які підгалузі включає внутрішня торгівля?

- А. Оптова торгівля.
- Б. Роздрібна торгівля.
- В. Ресторане господарство.
- Г. Все вище перелічене.

4. До якої організаційної форми відноситься торгівля, яку здійснюють крупні фірмові магазини, засновані на злитті українського і іноземного капіталу, невеликі торгові підприємства вітчизняних підприємців, функціонуючі частіше в організаційно правовій формі товариств з обмеженою відповідальністю?

- А. Колективна (кооперативна).
- Б. Державна.
- В. Приватна.
- Г. Немає правильної відповіді.

5. Які основні бізнес-процеси включає система електронної комерції у вигляді інтернет-магазину?

- А. Оформлення замовлення.
- Б. Доставка товарів.
- В. Проведення взаєморозрахунків.
- Г. Все вище перелічене.

6. У якій формі може здійснюватися товарообмін?

- А. Матеріально-технічне постачання.
- Б. Закупка сільськогосподарської продукції і сировини.
- В. Торгівля товарами народного споживання.
- Г. Все вище перелічене.

7. Як органічна складова ринку товарів і послуг торгівля ...

- А. Створює умови для реалізації законів вартості, попиту і пропозиції, сприяє задоволенню платоспроможного попиту, розширенню місткості ринку, його інфраструктурного забезпечення.
- Б. Забезпечує реалізацію споживацької вартості сукупного продукту, функціонування внутрішнього ринку товарів і послуг, розвиток міжрегіональних і міжгалузевих економічних зв'язків.

В. Відповідно до класифікатора видів економічної діяльності, охоплює широкий спектр видів і різновидів торгової діяльності, об'єднаних в 105 класів і підкласів.

8. У якій формі може здійснюватися товарообмін?

- А. Матеріально-технічне постачання.
- Б. Закупка сільськогосподарської продукції і сировини.
- В. Торгівля товарами народного споживання.
- Г. Все вище перелічене.

9. Які проблеми вимагають свого рішення для забезпечення ефективного використання інформаційних ресурсів в Україні?

- А. Впровадження економічних механізмів формування використання інформаційних ресурсів в практику інформаційної науково-технологічної діяльності.
- Б. Законодавче визначення політики ціноутворення на інформацію і створення правових принципів її захисту.
- В. Вживання заходів для припинення стихійності у формуванні інформаційного ринку.
- Г. Все вище перелічене.

10. Які недоліки характерні для торгової галузі України в даний час?

- А. З розвитком ринкових відносин внутрішня торгівля не зуміла зберегти на належному рівні оптову ланку.
- Б. Руїнування оптової ланки привело до скорочення або повного згортання виробництва, що випускає сезонну продукцію.
- В. Рівень професіоналізму працівників торгівлі не відповідає вимогам, що пред'являються.
- Г. Все вище перелічене

11. До якої організаційної форми відноситься торгівля, яку невеликі торгові підприємства вітчизняних підприємців, а також підприємці, які організують торгівлю продовольчими і непродовольчими товарами на місцевих ринках?

- А. Колективна (кооперативна).
- Б. Державна.
- В. Приватна.
- Г. Немає правильної відповіді.

12. Як вид економічної діяльності торгівля ...

- А. Створює умови для реалізації законів вартості, попиту і пропозиції, сприяє задоволенню платоспроможного попиту, розширенню місткості ринку, його інфраструктурного забезпечення.
- Б. Забезпечує реалізацію споживацької вартості сукупного продукту, функціонування внутрішнього ринку товарів і послуг, розвиток міжрегіональних і міжгалузевих економічних зв'язків.

- В. Відповідно до класифікатора видів економічної діяльності, охоплює широкий спектр видів і різновидів торгової діяльності, об'єднаних в 105 класів і підкласів.
- Г. Концентрує значний ресурсний потенціал: необоротних активів (10% загальних необоротних активів України), оборотних активів (35%), потенціалу трудових ресурсів (офіційно 11,5%, а розрахунковий – до 18%).

13. Які підгалузі включає внутрішня торгівля?

- А. Оптова торгівля.
- Б. Роздрібна торгівля.
- В. Ресторанне господарство.
- Г. Все вище перелічене.

Питання для самоконтролю

1. Які є основні організаційно-правові форми торговельних підприємств?
2. Які важливі аспекти необхідно враховувати при виборі організаційно-правової форми для торговельного підприємства?
3. Які види підприємницької діяльності можуть здійснювати торговельні підприємства?
4. Як визначаються права та обов'язки торговельного підприємства в залежності від його організаційно-правової форми?
5. Які переваги та обмеження характерні для індивідуального підприємця у сфері торгівлі?
6. Які особливості юридичної відповідальності торговельних підприємств в залежності від їх організаційно-правової форми?
7. Як впливає обрана організаційно-правова форма на оподаткування торговельного підприємства?
8. Які можливості та обмеження пов'язані з обраною організаційно-правовою формою та здійсненням торговельної діяльності?
9. Які переваги та ризики пов'язані з обранням колективної організаційно-правової форми для торговельного підприємства?
10. Які правові аспекти пов'язані з реєстрацією та ліцензуванням торговельних підприємств?

Тема 3.

Тематика для самостійного опрацювання: ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ. МІСЦЕПОЛОЖЕННЯ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ І УТВОРЕННЯ ЗГРУПОВАНИХ ТОРГОВИХ ФОРМАТІВ

3.1 Сутність та задачі підприємств роздрібної торгівлі.

3.2 Аналіз обсягу, структури та асортименту товарообігу

3.3 Товарні запаси підприємств роздрібної торгівлі

Роздрібна торгівля - форма торгівлі, призначена для продажу товарів та послуг кінцевим споживачам в обмежених кількостях.

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.

Торговий зал - приміщення в роздрібному магазині, де виставлені товари для перегляду та покупок.

Асортимент товарів - сукупність товарів, які пропонуються в роздрібному магазині для продажу.

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

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

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

Електронна роздрібна торгівля (e-commerce) - продаж товарів та послуг через Інтернет, без фізичного відвідування магазину.

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.

Стандартизація процесів - упорядкування та встановлення стандартів управління, обслуговування та інших операцій в усіх підприємствах мережі.

Ефективне управління запасами - оптимізація управління запасами для забезпечення належного рівня товарів на складі та уникнення зайвих витрат.

Оптимізація місцеположення - вибір стратегічних місць для розташування торгових точок, що відповідають попиту та поведінці цільової аудиторії.

Управління ланцюгом постачання - забезпечення ефективного співпраці з постачальниками та оптимізація логістичних процесів.

Перелік тестових питань

1. Як економічна категорія роздрібний товарообіг...
 - А. Виражає економічні відносини з приводу обміну грошових доходів на товари.
 - Б. Характеризує об'єм діяльності підприємства і його структурних підрозділів.
 - В. Характеризує об'єм діяльності галузі в цілому.
 - Г. Вимірюється об'ємом, складом і структурою.

2. Як економічний показник роздрібний товарообіг...
 - А. Характеризує об'єм діяльності підприємства і його структурних підрозділів.
 - Б. Виражає економічні відносини з приводу обміну грошових доходів на товари.
 - В. Характеризує завершення процесу обігу, товари переходять у власність споживача.
 - Г. Немає правильної відповіді.

3. Об'єм роздрібного товарообігу – це:
 - А. Відношення об'єму товарообігу по окремих товарах або товарних групах загалом його об'ємі.
 - Б. Визначення його по формах, методах продажу, асортиментній структурі.
 - В. Виручка від продажу товарів за певний період.
 - Г. Головний (початковий) показник, який визначає всі інші показники.

4. Склад товарообігу – це:
 - А. Відношення об'єму товарообігу по окремих товарах або товарних групах загалом його об'ємі.
 - Б. Визначення його по формах, методах продажу, асортиментній структурі.
 - В. Виручка від продажу товарів за певний період.
 - Г. Головний (початковий) показник, який визначає всі інші показники.

5. Структура товарообігу – це:
 - А. Відношення об'єму товарообігу по окремих товарах або товарних групах загалом його об'ємі.
 - Б. Визначення його по формах, методах продажу, асортиментній структурі.
 - В. Виручка від продажу товарів за певний період.
 - Г. Головний (початковий) показник, який визначає всі інші показники.

6. Що з перерахованого не включається до складу роздрібного товарообігу?
 - А. Товарооборот підприємств ресторанного господарства, який включає продаж продукції власного виробництва і купувальних товарів.

- Б. Вартість товарів, виданих у вигляді виграшів по грошово-речових лотереях.
- В. Виручка від продажу книг, газет, журналів, зокрема по підписці.
- Г. Вартість тари, яка повернена постачальникам.

7. Що з перерахованого включається до складу роздрібного товарообігу?

- А. Продаж роздрібними підприємствами населенню проїзних квитків і талонів на всі види міського пасажирського транспорту, лотерейних квитків, продаж населенню поштових марок, конвертів відділеннями зв'язку і т.п.
- Б. Виручка від продажу товарів в магазинах, наметах, автоматах, розвізній і рознесенні торгівлі, аптеках, на автозаправних станціях і на інших подібних підприємствах.
- В. Продаж товарів по безготівковому розрахунку організаціям, установам і підприємствам.
- Г. Відпуск товарів власного виробництва працівникам підприємства за рахунок оплати праці.

8. По якій класифікаційній ознаці виділяють реалізацію товарів за готівку і по безготівковому розрахунку?

- А. Залежно від форми розрахунку.
- Б. Залежно від кінцевого споживача.
- В. Залежно від терміну розрахунків за реалізовані товари.
- Г. Залежно від швидкості оборотності товарів.

9. По якій класифікаційній ознаці виділяють продаж товарів з безпосередньою оплатою у момент здійснення операції і продаж товарів в кредит?

- А. Залежно від форми розрахунку.
- Б. Залежно від кінцевого споживача.
- В. Залежно від терміну розрахунків за реалізовані товари.
- Г. Залежно від швидкості оборотності товарів.

10. У чому виражається соціально-економічне значення роздрібного товарообігу?

- А. Роздрібний товарообіг - важлива ланка в розподілі національного доходу.
- Б. Розвиток товарообігу відображає соціально-економічні пропорції між виробництвом і споживанням, попитом населення і пропозицією товарів.
- В. Здійснює зміну форм вартості, роздрібний товарообіг створює необхідні передумови для відтворення товарів.
- Г. Все вище перелічене.

11. Що з перерахованого можна віднести до чинників, що впливають на розвиток роздрібного товарообігу?
- А. Рівень обслуговування покупців.
 - Б. Цінова і маркетингова політика підприємства.
 - В. Організація реклами.
 - Г. Все вище перелічене.
12. Для того, щоб розрахувати товарообіг в зіставних цінах, потрібно:
- А. Товарооборот фактичний розділити на індекс інфляції.
 - Б. Індекс інфляцію помножити на фактичний товарообіг.
 - В. Товарооборот звітного року розділити на товарообіг минулого року.
 - Г. Товарооборот плановий помножити на індекс інфляції.
13. По якій класифікаційній ознаці виділяють запаси в дорозі і запаси на розподільних базах?
- А. По місцезнаходженню.
 - Б. По призначенню.
 - В. По часу.
 - Г. По розміру.
14. По якій класифікаційній ознаці виділяють мінімальні і максимальні запаси?
- А. По місцезнаходженню.
 - Б. По призначенню.
 - В. По часу.
 - Г. По розміру.
15. Страховий запас - ...
- А. Призначений для забезпечення безперебійної реалізації товарів, поповнення асортименту, утворення резерву для попередження можливих перебоїв у виробництві або торгівлі.
 - Б. Забезпечує безперебійну торгівлю в труднодоступних і віддалених районах, куди доставка товарів можлива тільки в певні періоди року.
 - В. Потрібен на випадок непередбаченої затримки чергової партії товарів.
 - Г. Створюється в тих випадках, коли перед реалізацією товари вимагають спеціальної підготовки (сушка, розкрій, і т.д.)

Питання для самоконтролю

1. Яка суть роздрібного товарообігу як економічної категорії?
2. Яка суть роздрібного товарообігу як економічного показника?
3. Що не включається в состав роздрібного товарообігу?
4. У чому виражається соціально-економічне значення роздрібного товарообігу?
5. Які чинники впливають на розвиток роздрібного товарообігу?
6. Які закономірності характерні для розвитку роздрібного товарообігу?

7. Які задачі розв'язуються в процесі аналізу роздрібного товарообігу?
8. Які показники використовуються для вивчення рівномірності реалізації товарів?
9. Які чинники впливають на розмір і швидкість оборотності товарних запасів?
10. Які існують види товарних запасів торгового підприємства ?
11. На який показник господарської діяльності торгового підприємства впливає прискорення товарооборотності?
12. У чому основна суть процесу товарного забезпечення товарообігу?
13. Яка суть поняття « балансова залежність»?
14. Який зміст товарного балансу роздрібного товарообігу?
15. Які принципи сегментації ринку використовуються при побудові роздрібної торгової мережі?
16. Як позиціонується бренд роздрібної торгової мережі на ринку і чому це важливо для успіху?
17. Які основні етапи стандартизації процесів в управлінні роздрібною торговою мережею?
18. Як глобалізація стратегії впливає на розвиток роздрібної торгової мережі в умовах світового ринку?
19. Які фактори враховуються при оптимізації місцеположення торгових підприємств у роздрібній мережі?
20. Як управління ланцюгом постачання сприяє ефективності роздрібної торгової мережі?
21. Як категорійний менеджмент впливає на асортимент товарів та їх прибутковість в роздрібній торговій мережі?
22. Які рекламні та маркетингові стратегії використовуються для залучення уваги клієнтів у роздрібній торговій мережі?
23. Як зворотний зв'язок та аналіз даних впливають на управління роздрібною торговою мережею?
24. Як формуються та функціонують згруповані торгові формати в роздрібній торговій мережі та як це впливає на конкурентоспроможність?

ТЕМА 4.

Тематика для самостійного опрацювання: ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОПТОВОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ

4.1 Основні поняття та характеристика оптової торгівлі

4.2 Основні функції оптової торгівлі

4.3 Типи підприємств оптової торгівлі

Оптова торгівля - це 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 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).

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.

Комісійні агенти - підприємства, які отримують винагороду за послуги з посередництва в укладанні угод між сторонами.

Брокери - спеціалізовані агенти, які допомагають укласти угоди, часто в області цінних паперів чи товарів.

Перелік тестових питань

1. Оптовий товарообіг – це продаж торговими підприємствами великих партій товарів іншим підприємствам, що використовують ці товари:

А. Для подальшого продажу.

Б. Для виробничого споживання як сировина і матеріали.

В. Для забезпечення господарських потреб.

Г. Все вище перелічене.

2. Що з перерахованого можна віднести до особливостей оптового товарообігу в порівнянні з роздрібним?

А. Оптовий оборот здійснюється у сфері товарного обігу, товар не вибуває з цієї сфери, а залишається в ній.

- Б. Продаж товарів підприємствам і організаціям здійснюється по безготівковому розрахунку.
- В. Об'єм оптового товарообігу не є оцінним показником діяльності торгівлі, а виступає її внутрішнім показником.
- Г. Все вище перелічене.

3. Які види оптового товарообігу виділяють залежно від форм руху товару?

- А. Складський і транзитний товарообіг.
- Б. Товарооборот по реалізації і внутрішньосистемний товарообіг.
- В. Оборот по наявному і по безготівковому розрахунку.
- Г. Оборот по експорту і оборот по держзамовленню.

4. По якій класифікаційній ознаці оптовий товарообіг можна розділити на товарообіг по реалізації, внутрішньосистемний товарообіг і міждержавний оборот?

- А. По формі руху товару.
- Б. По суб'єктам продажу.
- В. По призначенню.
- Г. По способам оплати за товар.

5. Транзитний товарообіг – це:

- А. Товарообіг, який формується за рахунок продажу товарів з складу оптового підприємства.
- Б. Товарообіг, який формується з товарів, відвантажених постачальниками безпосередньо в роздрібну мережу, минувши склади оптових баз.
- В. Товарообіг, який є завершальною ланкою руху товарів, виражаючи їх переміщення з сфери обігу в сферу споживання.
- Г. Немає правильної відповіді.

6. Складський товарообіг – це:

- А. Товарообіг, який формується за рахунок продажу товарів з складу оптового підприємства.
- Б. Товарообіг, який формується з товарів, відвантажених постачальниками безпосередньо в роздрібну мережу, минувши склади оптових баз.
- В. Товарообіг, який є завершальною ланкою руху товарів, виражаючи їх переміщення з сфери обігу в сферу споживання.
- Г. Нет правильної відповіді.

7. Оптовий товарообіг можна назвати транзитним товарообігом з участю в розрахунках, якщо:

- А. Підприємство розраховується з постачальниками за відвантажені товари і пред'являє рахунки для оплати роздрібним організаціям і підприємствам.

- Б. Розрахунки за відвантажені товари ведуться безпосередньо між постачальником і організацією роздрібною торгівлі.
- В. Оптові підприємства встановлюють зв'язки між постачальниками і покупцями, погоджують специфікації, організують контроль над ходом відвантаження.
- Г. Немає правильної відповіді.

8. Оптовий товарообіг можна назвати транзитним товарообігом без участі в розрахунках, якщо:

- А. Підприємство розраховується з постачальниками за відвантажені товари і пред'являє рахунки для оплати роздрібним організаціям і підприємствам.
- Б. Розрахунки за відвантажені товари ведуться безпосередньо між постачальником і організацією роздрібною торгівлі.
- В. Оптові підприємства встановлюють зв'язки між постачальниками і покупцями, погоджують специфікації, організують контроль над ходом відвантаження.
- Г. Відповідь Б і В.

9. Внутрішньосистемний оптовий товарообіг – це:

- А. Продаж товарів підприємствам роздрібною торгівлі, поставки позаринковим споживачам, на експорт і по клірингу.
- Б. Відпуск товарів одними оптовими підприємствами за дорученням інших безпосередньо ринковим і позаринковим споживачам.
- В. Продаж товарів за межі держави (експорт) на основі діючих міжурядових угод.
- Г. Немає правильної відповіді.

10. Що є особливістю аналізу оптового товарообігу?

- А. Аналіз проводиться як за звітний рік, так і в динаміці.
- Б. Можливість визначити, як оптова база виконує покладені на неї функції по збуту товарів виробників і забезпеченню товарами роздрібною торговою мережею.
- В. Приведення його в зіставлення з роздрібним товарообігом зони, яку обслуговує база.
- Г. Немає правильної відповіді.

Питання для самоконтролю

1. Що таке оптова торгівля і які основні відмінності від роздрібною торгівлі?
2. Які основні характеристики оптової торгівлі та які її функції на ринку?
3. Що таке оптове підприємство і які його основні завдання та функції?
4. Які типи оптових підприємств існують, і як вони взаємодіють з виробниками та роздрібними торговцями?
5. Які переваги оптової торгівлі для виробників та роздрібних торговців?
6. Які основні аспекти управління запасами в оптовій торгівлі?
7. Які чинники визначають вибір місцеположення оптового підприємства та його логістичних рішень?
8. Які стратегії маркетингу використовуються оптовими підприємствами для привертання клієнтів?
9. Які тенденції в оптовій торгівлі спостерігаються в сучасному бізнес-середовищі?
10. Як впливає глобалізація на оптову торгівлю та як вона змінює традиційні моделі бізнесу в цій галузі?

ТЕМА 5.

Тема для самостійного опрацювання: ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ОБІГУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

5.1 Поняття та класифікація витрат обігу торгових підприємств

5.2 Характеристика показників витрат обігу на торгових підприємствах

5.3 Аналіз витрат обігу підприємств торгівлі

Витрати обігу торговельних підприємств - сукупні витрати, пов'язані з оперативною та логістичною діяльністю торговельних підприємств.

Постійні витрати - витрати, які лишаються сталими незалежно від обсягу виробництва чи продажу товарів, такі як оренда, зарплати адміністративного персоналу.

Змінні витрати - витрати, що змінюються пропорційно обсягу виробництва чи продажу, наприклад, витрати на транспорт чи упаковку.

Витрати на закупівлю товарів - затрати, пов'язані з придбанням товарів для подальшого продажу, включаючи вартість товарів, податки, мита та інші пов'язані витрати.

Витрати на зберігання - затрати, пов'язані з утриманням запасів товарів на складі, включаючи витрати на оренду складського приміщення, страхування та обслуговування.

Транспортні витрати - витрати на перевезення товарів від постачальників до складу та від складу до покупців.

Витрати на рекламу та маркетинг - затрати, пов'язані з рекламою товарів, проведенням рекламних кампаній та маркетинговими заходами для привертання клієнтів.

Витрати на обслуговування клієнтів - затрати, пов'язані з послугами підтримки та обслуговування клієнтів, такими як гарантійне обслуговування, повернення товарів тощо.

Фінансові витрати - затрати, пов'язані з одержанням та обслуговуванням фінансових ресурсів, такі як відсотки за кредитами та інші фінансові послуги.

Перелік тестових питань

1. Які складові елементи валових витрат торгового підприємства не плануються?

- А. Фінансові витрати.
- Б. Операційні витрати.
- В. Надзвичайні витрати.
- Г. Прочі витрати звичної діяльності.

2. Що з перерахованого включається до складу витрат обігу?

А. Собівартість реалізованих товарів і продукції власного виробництва і витрати на збут.

Б. Інші операційні витрати і витрати на збут.

В. Витрати на збут і адміністративні витрати.

Г. Собівартість реалізованих товарів і продукції власного виробництва і витрати на збут і адміністративні витрати.

3. Витрати, загальна сума яких не змінюється в результаті зміни об'єму товарообігу торгового підприємства, називаються...

А. Змінні.

Б. Постійні.

В. Разові.

Г. Адміністративні.

4. Витрати, які здійснені впродовж поточного або попередніх звітних періодів, але відносяться до подальших звітних періодів, називаються...

А. Комплексні витрати.

Б. Витрати майбутніх періодів.

В. Контрольовані витрати.

Г. Змінні витрати.

5. Що з перерахованого можна віднести до відносних показників витрат обігу торгового підприємства?

А. Сума витрат обігу в цілому по підприємству.

Б. Величина витрат по окремих статтях.

- В. Величина витрат по елементах витрат.
- Г. Рівень витрат обігу.

6. Рівень витрат обігу показує ...

- А. Яка сума витрат обігу доводиться на 100 грн товарообігу.
- Б. Яка сума витрат обігу доводиться на 100 грн чистого прибутку.
- В. Яка сума товарообігу доводиться на 100 грн витрат обігу.
- Г. Нема правильної відповіді.

7. Що з перерахованого відноситься до чинників внутрішнього середовища функціонування торгового підприємства, які впливають на суму і рівень витрат обігу?

- А. Кон'юнктура споживчого ринку.
- Б. Стан ринку засобів виробництва.
- В. Асортиментна структура товарообігу.
- Г. Стан економіки країни в цілому.

8. Що з перерахованого відноситься до чинників зовнішнього середовища функціонування торгового підприємства, які визначають суму і рівень витрат обігу?

- А. Механізм державного регулювання торгово-господарської діяльності.
- Б. Умови товаропостачання торгового підприємства.
- В. Стан і ефективність використання основних фондів.
- Г. Обсяг товарообігу підприємства.

9. Який з чинників впливає на витрати обігу через механізм ціноутворення, оподаткування, митне регулювання?

- А. Умови товаропостачання торгового підприємства.
- Б. Кон'юнктура споживчого ринку.
- В. Стан економіки країни в цілому.
- Г. Механізм державного регулювання торгово-господарської діяльності.

10. До якого виду витрат торгового підприємства відносяться наступні статті калькуляції: витрати на оплату праці адміністративно-управлінського персоналу, витрати на врегулювання спорівши в судових органах, загальні корпоративні витрати?

- А. Собівартість реалізованих товарів (продукції).
- Б. Витрати на збут.
- В. Адміністративні витрати.
- Г. Прочі операційні витрати.

Питання для самоконтролю

1. Що включають в себе витрати обігу торговельних підприємств?
2. Як відрізняються постійні та змінні витрати в контексті торговельного бізнесу?

3. Які витрати включає в себе категорія "витрати на закупівлю товарів" та чому вони важливі для торговельного підприємства?
4. Які основні аспекти пов'язані з витратами на зберігання товарів та чому це важливо для оптимізації бізнес-процесів?
5. Як транспортні витрати впливають на загальні витрати обігу торговельного підприємства?
6. Чому важливо вкладати в рекламу та маркетинг, і як ці витрати можуть вплинути на успіх бізнесу?
7. Які можуть бути витрати на обслуговування клієнтів і як вони сприяють задоволенню та утриманню клієнтської бази?
8. Які аспекти входять до витрат на управління та адміністрацію, і чому це важливо для ефективного функціонування торговельного підприємства?
9. Чому фінансові витрати є необхідною частиною витрат обігу торговельного підприємства?
10. Як витрати обігу впливають на загальну прибутковість та конкурентоспроможність торговельного бізнесу?

ТЕМА 6.

Тема для самостійного опрацювання: СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ. ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

6.1 Основні поняття та принципи цінової політики

6.2 Цінові стратегії та їх використання

6.3 Цінові інструменти

Цінова політика - сукупність стратегій та методів, які підприємство використовує для встановлення цін на свої товари чи послуги.

Цінова стратегія - основний напрямок, який визначає, яким чином підприємство буде встановлювати ціни на свою продукцію (наприклад, стратегія "низької ціни" чи "диференційованої ціни").

Ціновий сегмент - група клієнтів чи товарів, яку об'єднує спільний діапазон цін або вартостей.

Ціноутворення - процес встановлення цін на товари чи послуги, який враховує різні фактори, такі як витрати виробництва, конкуренція, попит та інші ринкові умови.

Цінова еластичність: - міра, яка визначає, наскільки зміна ціни впливає на кількість продажів товару чи послуги.

Цінові знижки - зменшення вартості товарів чи послуг на певний час або при виконанні певних умов для стимулювання продажів.

Цінові надбавки - додаткові витрати, які можуть бути додані до базової ціни товару чи послуги, такі як податки, доставка чи інші збори.

Цінова фіксація - встановлення фіксованих цін без змін протягом тривалого періоду.

Диференціація цін - використання різних рівнів цін для різних сегментів або класів товарів чи послуг.

Перелік тестових питань

1. Що включає в себе поняття "цінова політика" в контексті підприємств торгівлі?
 - a) Споживчі ціни на товари.
 - b) Сукупність стратегій та методів встановлення цін.
 - c) Податки на продажі.
2. Які фактори зазвичай враховуються при формуванні цінової стратегії підприємства торгівлі?
 - a) Тільки витрати виробництва.
 - b) Конкуренти та попит на ринку.
 - c) Тільки попит на ринку.
3. Що означає термін "цінова еластичність"?
 - a) Здатність товару адаптуватися до змін цін.
 - b) Міра, наскільки зміна ціни впливає на кількість продажів.
 - c) Співвідношення ціни та якості товару.
4. Яка стратегія визначається як "продаж за найнижчою ціною на ринку"?
 - a) Стратегія диференціації.
 - b) Стратегія цінової воєнни.
 - c) Стратегія цінового сегментування.
5. Які основні види цінових стратегій використовуються в торгівлі?
 - a) Тільки стратегія низької ціни.
 - b) Диференційована цінова стратегія.
 - c) Обидві відповіді вірні.
6. Що включає в себе цінове сегментування?
 - a) Різниця цін на однаковий товар в різних місцях.
 - b) Групу клієнтів чи товарів зі спільним діапазоном цін.
 - c) Постійне збільшення цін на товари.
7. Як використовуються цінові знижки в торгівлі?
 - a) Зменшення вартості товарів на певний час чи при виконанні умов.
 - b) Постійне підвищення цін.
 - c) Встановлення фіксованих цін на товари.
8. Які витрати враховуються при формуванні цін на товари чи послуги?
 - a) Тільки витрати виробництва.
 - b) Витрати на рекламу та маркетинг.

- с) Усі відповіді вірні.
9. Як витрати обігу торговельних підприємств можуть впливати на цінову політику?
- а) Зменшення витрат забезпечує підвищення цін.
 - б) Витрати обігу можуть впливати на прибутковість та конкурентоспроможність.
 - с) Витрати обігу не мають впливу на цінову політику.
10. Як визначається прибутковість цінової політики підприємства торгівлі?
- а) Тільки за обсягом продажів.
 - б) Різниця між загальними витратами та доходами від продажу.
 - с) Повна вартість товарів на складі.

Питання для самоконтролю

1. Питання для самоконтролю
2. Що означає термін "цінова політика" в контексті підприємств торгівлі?
3. Які фактори враховуються при формуванні цінової стратегії підприємства торгівлі?
4. Що таке цінова стратегія, і які основні види цінових стратегій використовуються в торгівлі?
5. Як підприємства торгівлі враховують цінову еластичність при встановленні цін на свої товари чи послуги?
6. Що включає в себе цінове сегментування, і чому це важливо для підприємств торгівлі?
7. Які можуть бути цінові знижки, і як вони використовуються для стимулювання продажів в торгівлі?
8. Як підприємства торгівлі враховують цінові надбавки у встановленні кінцевої вартості товарів чи послуг?
9. Що означає термін "цінова воєнна стратегія", і як вона може впливати на конкурентоспроможність підприємства?
10. Які основні переваги та недоліки цінової фіксації для підприємств торгівлі?
11. Що включає в себе диференціація цін, і як цей підхід може бути корисним для підприємств торгівлі?
12. Як взаємодіють цінова політика та стратегії маркетингу в торгівлі?
13. Як підприємства торгівлі реагують на зміни у споживчому попиті через адаптацію цінової політики?
14. Чому цінова прозорість може бути важливою для підприємств торгівлі та їхніх клієнтів?
15. Як використовуються цінові психологічні стратегії для впливу на споживачів в торгівлі?

ТЕМА 7.

Тема для самостійного опрацювання: АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ, ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

7.1 Критерії та показники економічної ефективності діяльності торгових підприємств.

7.2 Соціальна ефективність торгової діяльності та її оцінка

Конкурентна позиція - зайняте місце торговельного підприємства на ринку в порівнянні з іншими учасниками, включаючи його потенційних конкурентів.

Конкурентоспроможність - здатність торговельного підприємства ефективно конкурувати на ринку та здобувати переваги над іншими гравцями.

Маркетинговий аналіз - систематичне дослідження ринку, яке включає в себе вивчення споживчого попиту, поведінки конкурентів та інших факторів, що впливають на позицію підприємства.

SWOT-аналіз: Аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз торговельного підприємства для розробки стратегій.

Портфель продуктів - сукупність товарів чи послуг, які пропонуються торговельним підприємством на ринку.

Цінова стратегія - загальний підхід та методи встановлення цін, які визначаються торговельним підприємством для досягнення конкурентних переваг.

Клієнтська лояльність - здатність торговельного підприємства зберігати та привертати постійних клієнтів через якість обслуговування та інші фактори.

Диференціація продукції - виділення своєї продукції серед конкурентів шляхом унікальних характеристик або особливостей.

Ринкова стратегія - загальний план дій для досягнення та утримання певної конкурентної позиції.

Партнерство та кооперація - співпраця з іншими підприємствами чи партнерами для зміцнення конкурентної позиції.

Вивчення споживчого попиту - аналіз потреб та вимог споживачів для відповіді на їхні очікування та забезпечення відповідної продукції чи послуг.

Перелік тестових питань

1. Що означає термін "торговельне підприємство"?
 - a) Підприємство, що виробляє товари.
 - b) Компанія, яка купує та продукує товари для подальшого продажу.
 - c) Організація, що надає послуги.

2. Яке поняття охоплює стратегії та рішення, пов'язані з вибором асортименту товарів, їхнього виробництва, закупівлі та просування на ринку?
 - a) Логістика.
 - b) Товарна політика.
 - c) Фінансовий облік.

3. Що означає термін "оптова торгівля"?
- a) Продаж товарів кінцевому споживачеві.
 - b) Продаж товарів великими партіями іншим торговельним підприємствам.
 - c) Продаж товарів на аукціоні.
4. Що включає в себе поняття "маркетинговий аналіз"?
- a) Вивчення тільки споживчого попиту.
 - b) Систематичне дослідження ринку, включаючи споживчий попит, конкурентів та інші фактори.
 - c) Тільки визначення цінових стратегій.
5. Як визначається "ринкова частка" торговельного підприємства?
- a) Доля ринку, яку утримує тільки споживчий сектор.
 - b) Доля ринку, яку утримує торговельне підприємство у порівнянні з іншими гравцями.
 - c) Кількість продуктів, які продаються на ринку.
6. Що включає в себе "цінова стратегія" торговельного підприємства?
- a) Тільки визначення цін на товари.
 - b) Загальний підхід та методи встановлення цін для досягнення конкурентних переваг.
 - c) Тільки рекламні акції.
7. Як технічне обладнання може впливати на конкурентоспроможність торговельного підприємства?
- a) Відсутність впливу.
 - b) Оптимізація виробничих та торговельних процесів.
 - c) Зменшення клієнтської лояльності.
8. Що включає в себе SWOT-аналіз торговельного підприємства?
- a) Визначення цінових стратегій.
 - b) Аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз для розробки стратегій.
 - c) Тільки дослідження споживчого попиту.
9. Що означає термін "диференціація продукції"?
- a) Зменшення кількості вироблених товарів.
 - b) Виділення своєї продукції серед конкурентів за допомогою унікальних характеристик.
 - c) Продаж лише в оптовому форматі.

10.Що означає термін "конкурентоспроможність" в контексті торговельного підприємства?

- a) Здатність ефективно конкурувати на ринку і здобувати переваги.
- b) Максимальна кількість продажів.
- c) Кількість партнерських угод.

11.Що включає в себе поняття "ринкова стратегія" торговельного підприємства?

- a) Загальний план дій для досягнення та утримання певної конкурентної позиції.
- b) Вибір асортименту товарів.
- c) Тільки рекламні заходи.

12.Які елементи включає SWOT-аналіз для оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства?

- a) Тільки аналіз сильних сторін.
- b) Аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз.
- c) Тільки аналіз конкурентів.

13.Що означає термін "диференціація продукції" в контексті конкурентоспроможності?

- a) Виробництво тільки одного типу товару.
- b) Виділення своєї продукції серед конкурентів за допомогою унікальних характеристик.
- c) Зменшення кількості товарів у портфелі.

14. Як маркетинговий аналіз може впливати на конкурентоспроможність торговельного підприємства?

- a) Зменшення конкуренції на ринку.
- b) Систематичне дослідження ринку, включаючи споживчий попит та поведінку конкурентів.
- c) Тільки вивчення внутрішніх факторів підприємства.

Питання для самоконтролю

1. Які фактори впливають на ефективність економічної діяльності торговельного підприємства?

2. Як визначається прибуток та які стратегії можна використовувати для його збільшення?

3. Які основні економічні показники використовуються для вимірювання успішності торговельного підприємства?

4. Як впливає кон'юнктура ринку на економічну стабільність торговельного підприємства?

5. Яким чином оптимізується ланцюг постачання для забезпечення ефективності торговельного підприємства?

6. Як визначається конкурентоспроможність торговельного підприємства і які чинники впливають на неї?

7. Які основні фінансові показники використовуються для оцінки ефективності діяльності торговельного підприємства?

8. Як впливають зміни в економічному середовищі на стратегії та тактики торговельного підприємства?

9. Які основні ризики, пов'язані з економічною діяльністю торговельного підприємства, і як їх можна управляти?

10. Які важливі економічні аспекти пов'язані з формуванням та управлінням асортиментом товарів?

11. Як технічне обладнання та інновації можуть впливати на ефективність операцій та конкурентоспроможність торговельного підприємства?

12. Як визначається "ринкова частка" та як це впливає на стратегії розвитку торговельного підприємства?

13. Як можуть впливати економічні фактори на споживчий попит, і яким чином торговельне підприємство може адаптуватися до змін?

14. Як маркетингові стратегії впливають на економічний успіх торговельного підприємства?

15. Як фактори лояльності клієнтів можуть впливати на фінансові показники та довгостроковий успіх торговельного підприємства?

16. Як визначається "цінова стратегія" та які аспекти слід враховувати при її формуванні?

17. Як економічні та екологічні чинники впливають на вибір постачальників та ланцюг постачання торговельного підприємства?

18. Які можливості та виклики пов'язані з впровадженням інновацій в торговельний бізнес?

19. Які стратегії диференціації можуть забезпечити конкурентні переваги торговельного підприємства?

20. Як визначається "ринкова частка" та як це впливає на стратегії розвитку торговельного підприємства?

ТЕМА 8.

Тема для самостійного опрацювання: ПОНЯТТЯ, ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА МЕХАНІЗМ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

8.1 Поняття, джерела формування та механізм розподілу доходу торгового підприємства

8.2 Аналіз доходів та забезпечення прибутковості підприємств торгівлі

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. Які види доходів розрізняють залежно від видів діяльності торгового підприємства?
2. Яка суть доходу від реалізації товарів (робіт, послуг)?
3. Які види доходів відносяться до інших доходів торгового підприємства ?
4. Які види доходів включає валовий дохід торгового підприємства?
5. Які чинники впливають на розмір валового доходу торгового підприємства?
6. Які чинники впливають на розмір доходу торгового підприємства від реалізації?
7. Що є базою для розрахунку рівня доходу від реалізації?
8. Що є базою для розрахунку рівня торгової надбавки?
9. Які основні етапи включає процес аналізу доходів торгового підприємства?

10. Якими методами можна розрахувати вплив основних чинників на дохід від реалізації?
11. Яка основна особливість доходу від реалізації для підприємств ресторанного господарства?
12. У яких випадках можливе непряме регулювання розміру націнки для підприємств ресторанного господарства?
13. Як здійснюється розрахунок цін на продукцію і послуги підприємств ресторанного господарства?
14. Який економічний зміст прибутку торгового підприємства?
15. Які внутрішні чинники впливають на суму прибутку торгового підприємства?
16. Які зовнішні чинники впливають на суму 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. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі.
2. Місце торгівлі в розвитку товарно-грошових відносин.
3. Вплив торгівлі на розвиток виробництва в ринкових умовах господарювання.
4. Ринок товарів кінцевого споживання та особливості його розвитку в сучасних умовах.
5. Споживання і потреби, їх сутність і економічна характеристика.
6. Попит як форма прояву потреби і як елемент ринку.
7. Фактори, що впливають на попит та пропозицію.
8. Ціна як важіль економічного впливу на розвиток економіки.
9. Конкурентна політика та ефективність діяльності торговельного підприємства.
10. Особливості формування конкурентної політики торговельного підприємства в умовах глобалізації.
11. Механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства.
12. Конкуренція як засіб антимонопольного регулювання товарних ринків.
13. Механізм управління сталим розвитком торгівлі.
14. Реформування торгівлі на основі концепції сталого розвитку.
15. Перспективи інтеграції України до Світової організації торгівлі та Європейського Союзу.
16. Особливі форми продажу товарів.
17. Електронна торгівля.
18. Сутність, особливості та основні види послуг у галузі торгівлі.
19. Стратегія створення системи надання послуг у торговельних підприємствах.
20. Регулювання та контроль діяльності торговельних підприємств.
21. Правові та організаційні засади захисту прав споживачів.
22. Позамагазинні форми продажу товарів.
23. Рекламно-інформаційна робота в сфері торгівлі.
24. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів.
25. Актуальні завдання розвитку пропозиції споживчих товарів.
26. Проблеми підтримки та сприяння діяльності вітчизняного товаровиробника.
27. Тенденції розвитку торговельної інфраструктури в Україні та основні чинники, що їх визначають.
28. Особливості торговельної діяльності в підприємствах оптової торгівлі.
29. Проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі в сучасних умовах.
30. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.
31. Проблеми розвитку підприємств роздрібною торгівлі в сучасних умовах.

32. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі.
33. Роль зовнішньої торгівлі в поповненні ресурсів торговельних підприємств.
34. Міжнародна торгівля послугами та їх класифікація.
35. Фактори, що визначають тенденції та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі.
36. Проблеми розвитку підприємств торгівлі в сучасних умовах.
37. Тенденції розвитку нових форматів торгівлі в Україні.
38. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективу розвитку товарообороту підприємства.
39. Розширення джерел постачання товарних ресурсів споживчих товарів і сучасних умовах.
40. Оптимізація товарних запасів – важлива умова ефективної роботи підприємства торгівлі.
41. Закупівельна політика підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання.
42. Стратегія управління товарними запасами торговельного підприємства.
43. Оптимізація партії постачання ресурсів товарів на підприємствах торгівлі.
44. Специфіка праці робітників підприємств торгівлі.
45. Продуктивність праці та резерви її зростання в підприємствах роздрібно́ї торгівлі.
46. Внутрішні та зовнішні джерела формування фінансових ресурсів підприємств торгівлі.
50. Позикові ресурси торговельного підприємства та необхідність їх використання в діяльності підприємств торгівлі.
51. Джерела фінансування поточних витрат торговельного підприємства.
52. Найважливіші напрямки раціоналізації та економії витрат торговельного підприємства.
53. Економічна природа поточних витрат торговельного підприємства, їх характеристика та регулювання.
54. Особливості формування доходів торговельного підприємства в умовах падіння попиту на споживчі товари.
55. Стратегічне управління доходами підприємств торгівлі.
56. Вплив специфіки торговельної діяльності на формування цінової політики.
57. Зміст цінової політики підприємств торгівлі в сучасних умовах.
58. Зовнішні фактори, що впливають на прибутковість підприємств торгівлі.
59. Динаміка суми та рівня прибутку торговельних підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм за останнє десятиріччя в Україні.
60. Державна політика оподаткування торговельних підприємств.

Рекомендована література:

Базова література:

1. Організація торгівлі. Довідник працівника продовольчого магазину: навч. посіб. / за заг. ред. І. В. Юрко. Харків: Світ книг, 2015. 304с.
2. Балджи М. Д., Допіра І. А., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
3. Власова Н. О. Економіка торгівлі : навч. посібник / Н. О. Власова [та ін.] ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків : Світ книг, 2015. 473 с.
4. 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.
5. Торговельне підприємництво : монографія / за наук. ред. С. В. Князя. – Л.: «Львівська Політехніка», 2015. – 724 с.
6. 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.
7. Юрко І. В. Торговельне підприємництво: навч. посібник / І. В. Юрко. – К.: Центр учб. л-ри, 2014. – 232 с.

Додаткові джерела

1. Господарський кодекс України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Податковий кодекс України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
3. Сайт Державної регуляторної служби України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.dkrp.gov.ua/info/5517>
4. Сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.me.gov.ua>.
5. Сайт Державної служби статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Сайт Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.consumer.gov.ua/default.aspx>
7. Сайт Державної фіскальної служби України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sfs.gov.ua>
9. Офіційний сайт Світової організації торгівлі: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wto.org/>.