

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-
ресторанної справи та підприємництва

**О.А. Ніколайчук,
Л.Д. Костакова**

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Методичні рекомендації з вивчення дисципліни

Рівень бакалавр

Кривий Ріг
2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-
ресторанної справи та підприємництва

**О.А. Ніколайчук,
Л.Д. Костакова**

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ
Методичні рекомендації з вивчення дисципліни

Рівень бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри технологій в ресторанному
господарстві, готельно- ресторанної
справи та підприємництва
Протокол № 5
від «3» листопада 2020 р.

Схвалено навчально-методичною
радою ДонНУЕТ
Протокол №4
від «17» грудня 2020 р.

Кривий Ріг
2020

**УДК 005:339.1 (0424) (075)
Н75**

Ніколайчук, О.А.

Н 75 Методичні рекомендації з вивчення дисципліни «Організація торгівлі» [Текст] : для студ. спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ступінь бакалавр / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва ; О. А. Ніколайчук, Л. Д. Костакова – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2020. – 53 с.

Методичні рекомендації призначені для студентів усіх форм навчання і покликані допомогти студентам організувати вивчення дисципліни «Організація торгівлі» завдяки інформації щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських (практичних) занять, завдань для самостійного вивчення та розподілу балів за видами робіт, з метою поточного оцінювання знань, наданому переліку рекомендованої основної та допоміжної літератури й інформаційних ресурсів.

УДК 005:339.1 (0424) (075)

© Ніколайчук О.А., Костакова Л.Д., 2020

© Донецький національний
університет економіки й торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
..	
ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
.	
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ.....	1
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи організації торгівлі	2
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи організації торгівлі	1
Змістовий модуль 2. Організація торговельної діяльності суб'єктів торгівлі	2
торгівлі	9
ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	3
	9
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи організації торгівлі	4
Змістовий модуль 2. Організація торговельної діяльності суб'єктів торгівлі.....	7
	1

ВСТУП

Наявність тих чи інших важелів, що дозволяють підвищити конкурентоспроможність торгового підприємства є визначальною складовою ефективності торгово-технологічного процесу.

Організація процесу продажу і обслуговування покупців виступає рушійним мотивом підприємництва, тому забезпечення умов для отримання оптимальних результатів є визначальною умовою дотримання сучасних принципів організації торгівлі.

Дисципліна «Організація торгівлі» належить до самостійних прикладних дисциплін професійного спрямування і є обов'язковою у циклі професійної підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Дисципліна тісно пов'язана і із загальнотеоретичними, і з прикладними науками, серед яких такі, як: «Політична економія», «Менеджмент», «Маркетинг», «Соціологія», «Право», «Товарознавство», «Економіка підприємства» та ін.

Мета викладання навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань з теоретичних питань про зміст та технологію організації торгових процесів, їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, вироблення практичних вмінь та навичок їх використання у практичній діяльності підприємств.

Завдання дисципліни «Організація торгівлі» полягають у ознайомленні з теоретичними основами організації торгівлі та організаційними моделями в системі торгівлі, основними процесами в організації торгівлі оптової та роздрібною ланки; дослідження технології та процесів організації різних форм торгівлі та принципів контролю в системі торгівлі.

Предметом дисципліни виступає механізм формування теоретико-методологічних основ організації торговельно-технологічних процесів, їх раціоналізації і розвитку на інноваційній основі.

Мета підготовки даного методичного видання полягає у наданні допомоги здобувачам вищої освіти, зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», у засвоєнні матеріалу, що передбачений курсом «Організація торгівлі», при виконанні всіх видів навчальних робіт.

ЧАСТИНА 1.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	6
Загальна кількість годин	180
Кількість модулів	1
Лекції, годин	32
Практичні / семінарські, годин	28
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	120
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4,3
самостійної роботи студента	6
Вид контролю	екзамен

2. Програма дисципліни

Ціль – формування системи знань з теоретичних питань про зміст та технологію організації торгових процесів, їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, вироблення практичних вмінь та навичок їх використання у практичній діяльності підприємств.

Завдання: ознайомлення з теоретичними основами організації торгівлі та організаційними моделями в системі торгівлі, основними процесами в організації торгівлі оптової та роздрібною ланки; дослідження технології та процесів організації різних форм торгівлі та принципів контролю в системі торгівлі.

Предмет: механізм формування теоретико-методологічних основ організації торговельно-технологічних процесів, їх раціоналізації і розвитку на інноваційній основі.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

- Тема 1. Теоретичні основи організації в торгівлі
- Тема 2. Організаційні моделі в торгівлі
- Тема 3. Організація оптової торгівлі
- Тема 4. Організація оптових закупівель
- Тема 5. Організація торгово-технологічного процесу оптового підприємства
- Тема 6. Організація роздрібною мережі
- Тема 7. Організація торгово-технологічного процесу в магазині
- Тема 8. Організація продажу товарів в магазинах
- Тема 9. Організація торгівлі на ринках
- Тема 10. Позамагазинні форми продажу товарів
- Тема 11. Регулювання і контроль діяльності підприємства в сфері торгівлі

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)			
	усього	у тому числі		
		лекц.	пр./сем.	лаб.
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи організації торгівлі				
Тема 1. Теоретичні основи організації в торгівлі	9	2	2	5
Тема 2. Організаційні моделі в торгівлі	14	2	4	8
Разом за змістовим модулем 1	23	4	6	13
Змістовий модуль 2. Організація торговельної діяльності суб'єктів торгівлі				
Тема 3. Організація оптової торгівлі	18	4	4	10
Тема 4. Організація оптових закупівель	16	2	2	12
Тема 5. Організація торгово-технологічного процесу оптового підприємства	20	4	4	12
Тема 6. Організація роздрібної мережі	16	2	2	12
Тема 7. Організація торгово-технологічного процесу в магазині	18	4	2	12
Тема 8. Організація продажу товарів у магазинах	19	4	2	13
Тема 9. Організація торгівлі на ринках	15	2	2	11
Тема 10. Позамагазинні форми продажу товарів	19	4	2	13
Тема 11. Регулювання і контроль діяльності підприємства в сфері торгівлі	15	2	2	11
Разом за змістовим модулем 2	157	28	22	107
Усього годин	180	32	28	120

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Теоретичні основи організації в торгівлі	2
2	Семінар запитань і відповідь Види суб'єктів торговельної діяльності	2
3	Семінар з виконанням практичних задач Організаційні моделі в торгівлі	2
4	Семінар – дискусія Організація оптової торгівлі	2
5	Семінар з виконанням практичних задач Складське господарство оптового підприємства	2

6	Семінар з виконанням практичних задач Організація оптових закупівель	2
7	Семінар з виконанням практичних задач Технологія розвантажування і внутрішньоскладського переміщення товарів на оптовому підприємстві	2
8	Семінар з виконанням практичних задач Організація управління торгово-технологічним процесом на складах	2
9	Семінар запитань і відповідей Організація роздрібної мережі	2
10	Семінар з виконанням практичних задач Організація торгово-технологічного процесу в магазині	2
11	Семінар – розгорнута бесіда Організація продажу товарів у магазинах	2
12	Семінар – дискусія Організація торгівлі на ринках	2
13	Семінар – розгорнута бесіда Позамагазинні форми продажу товарів	2
14	Семінар з виконанням практичних задач Регулювання і контроль діяльності підприємства в сфері торгівлі	2
Всього		28

1. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
Тема 1	1		1			2
Тема 2	1	1			2	4
Тема 3		1			2	3
Разом змістовий модуль 1	2	2	1	3	4	12
Змістовий модуль 2						
Тема 4	1		1			2
Тема 5		2			2	4
Тема 6	1	1	1		2	5
Тема 7	1		1			2
Тема 8		2			2	4

Тема 9	1	1	1			3
Тема 10	1	1	1			3
Тема 11	1		1			2
Тема 12	1		1			2
Тема 13					2	2
Тема 14	1	1				2
Разом змістовий модуль 2	8	8	7	7	8	38
Усього	10	11	9	10	10	50

**Оцінювання студентів протягом семестру
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання		
15	20	15	50	100

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

ЧАСТИНА 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО
ПРАКТИЧНИХ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ В ТОРГІВЛІ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

- 1.1 Сутність організації торгівлі.
- 1.2 Зміст організації торгівлі.
- 1.3 Основні принципи організації в торгівлі.

2. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 2. ВИДИ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

- 2.1 Класифікація видів торговельної діяльності.
- 2.2 Фізичні особи, як суб'єкти торговельної діяльності.
- 2.3 Юридичні особи, як суб'єкти торговельної діяльності.

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. За даними Держкомстату проаналізувати кількість суб'єктів господарювання в сфері оптової та роздрібною торгівлі України. Визначити переважну групу суб'єктів та пояснити причини цих явищ.

Завдання 2. За даними Держкомстату дослідити показники статистики демографії підприємств в сфері оптової та роздрібною торгівлі України. Порівняти показники з загальними показниками по Україні в цілому. Визначити основні причини цих змін.

3. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОДЕЛІ В ТОРГІВЛІ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

- 3.1 Характеристика сфери оптової торгівлі.
- 3.2 Характеристика сфери роздрібною торгівлі.
- 3.3 Характеристика сфери комерційного посередництва.
- 3.4 Характеристика організаційних моделей у сфері роздрібною торгівлі.
- 3.5 Характеристика організаційних моделей у сфері оптової торгівлі.

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. Обрати будь-який суб'єкт господарювання в сфері торговельної діяльності України. Визначити його організаційну модель та організаційну структуру.

3. Індивідуальне тестування.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТОРГІВЛІ

ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

- 4.1 Сутність, об'єкти та суб'єкти оптового ринку
- 4.2 Суть та завдання оптової торгівлі
- 4.3 Структура та інфраструктура оптової торгівлі
- 4.4 Види, класифікація та структура оптових підприємств

2. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 5. СКЛАДСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

- 5.1 Складське господарство оптового підприємства.
- 5.2 Розміщення та оптимальні розміри оптових підприємств.

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. Проаналізувати середню вартість 1 т вантажів оптового складу «Перлина», якщо вантажообіг за планом становить 5 т., а фактично відбулося зниження до 4,9 т. Оптово-складський товарообіг складу за відповідні періоди становить 10 млн. грн. та 9,7 млн. грн. Зробити висновки щодо динаміки середньої вартості 1 т вантажів.

Завдання 2. Визначити оборотність запасу товарів, якщо місткість складу «Бузок» становить 1 млн. т., а його пропускна спроможність 12 млн. т / рік.

Завдання 3. За даними табл. 5.1 розрахувати складську площу оптової бази «Стимул» та раціональне використання загальної площі складу за коефіцієнтом використання загальної площі, якщо загальна площа складу

становить 9,0 м². Зробити висновки до яких оптових підприємств за розміром корисної складської площі належить оптова база «Стимул».

Таблиця 5.1 – Вихідна інформація

Назва відповідної технологічної операції	Площа, м ²
вантажна	2,5 тис.
приймання	1 тис.
для підготовки товарів до продажу	1,5 тис.
експедиційна зона	2,5 тис.

3. *Індивідуальне тестування.*

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ОПТОВИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

План заняття

1. *Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*

- 6.1 Господарські зв'язки як основа організації оптових закупівель товарів
- 6.2 Суть оптових закупівель, їх види. Планування закупівельної роботи
- 6.3 Маркетингове забезпечення оптових закупівель
- 6.4 Форми і методи закупівель товарів у вітчизняного виробництва
- 6.5 Порядок укладання договорів. Види договорів
- 6.6 Закупівля товарів за державні кошти
- 6.7 Особливості закупівель товарів у іноземних фірм

2. *Виконання практичних завдань:*

Завдання 1. Розрахувати ланцюгові та базисні прирости, середній абсолютний приріст та середній темп зміни реалізації товарів по оптовій базі «Перлина» за даними, що містяться у табл. 6.2.

Таблиця 6.2 – Вихідні дані для розрахунку

Показник	20_ рік	20_ рік	20_ рік	20_ рік
Обсяг реалізації, тис. грн.	1390	1570	1880	1986

Примітка.

1. Ланцюгові прирости розраховують за формулою:

$$\Delta l = Y_i - Y_{i-1}$$

Ланцюговий абсолютний приріст (Δl) характеризує зміну показника (Y) за одиницю часу в абсолютному виразі.

2. Базисні прирости розраховують за формулою:

$$\Delta b = Y_i - Y_0$$

Базисний абсолютний приріст (Δb) показує зростання або зменшення показника (Y) в абсолютному виразі порівняно з рівнем, прийнятим за базу.

3. Середній абсолютний приріст показує середній розмір зміни показника за одиницю часу і розраховується за формулою:

$$\overline{\Delta l} = \frac{\sum \Delta l}{n-1} = (Y_n - Y_0)/(n-1)$$

4. Середній темп зміни реалізації товарів розраховується за формулою:

$$\overline{T_3} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_0}}$$

Завдання 4. За даними табл. 6.2 розрахувати точку беззбитковості закупівель товарів по окремим товарним групам та зробити відповідні висновки.

Таблиця 6.2 – Вихідна інформація по оптовій базі «Стимул», тис. грн.

Найменування товарних груп	Витрати обігу постійні	Рівень валових доходів при реалізації товарів	Рівень змінних витрат обігу	Мінімальний обсяг закупівель товарів
М'ясо, птиця	100	15	12	
Молоко та молочні вироби	150	230	157	
Сири сичужні	120	190	148	
Кондитерські вироби	105	125	96	
Консерви рибні	100	130	111	
Риба	120	112	94	
Ковбасні вироби	125	121	108	
Алкогільні напої	130	127	115	

3. *Індивідуальне тестування.*

ТЕМА 7. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВАНТАЖУВАННЯ І ВНУТРІШНЬОСКЛАДСЬКОГО ПЕРЕМІЩУВАННЯ ТОВАРІВ НА ОПТОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

7.1 Зміст, принципи організації торгово-технологічного процесу складу та фактори, які впливають на його побудову.

7.2. Технологія розвантажування і внутрішньоскладського переміщення товарів.

2. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИМ ПРОЦЕСОМ НА СКЛАДАХ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

8.1 Організація і технологія приймання товарів на складі.

8.2 Розміщення та раціональне зберігання товарів на складі.

8.3 Організація і технологія відбору, підсортуння, комплектування, упакування та відпускання товарів зі складу.

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. На складі «Оптимум» ведеться стелажний спосіб укладання товарів. Загальна кількість продукції, що підлягає зберіганням в стелажах становить 24500 м³, місткість одного стелажу та геометричний об'єм відповідного обладнання - 11 м³, питома вага виробу 0,21 т/м³, а щільність укладання становить 0,8. Розрахувати потребу в стелажному обладнанні та місткість обладнання для зберігання продукції.

Завдання 2. За інформацією табл. 8.1, розрахувати загальну площу складу, визначити питому вагу кожної технологічної зони складу, коефіцієнт використання площі складу та коефіцієнт використання об'єму складу. За результатами розрахунків зробити висновки.

Таблиця 8.1 – Інформація щодо технологічних зон складу

Технологічні зони складу	Площа ділянки, м ²	Питома вага до загальної площі складу, %
Вантажна площа	190,5	
Допоміжна площа	214,1	
Дільниця приймання	120,5	
Дільниця комплектування	18,1	
Площа робочих місць	5,2	
Приймальна експедиція	215,5	
Відправна експедиція	47,1	
Загальна площа складу	811,0	100
Висота складування (висота стелажів)	4,5	X
Основна висота приміщення складу	4,8	X

3. *Індивідуальне тестування.*

ТЕМА 9. ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ МЕРЕЖІ

План заняття

1. *Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*

- 9.1 Суть, зміст і особливості роздрібною торгівлі
- 9.2 Принципи та вимоги до організації мережі роздрібних торговців
- 9.2 Функції та класифікація роздрібних торговельних підприємств
- 9.2 Схеми та моделі торговельного обслуговування населення
- 9.2 Роздрібні торговельні підприємства та торговельні одиниці

2. *Виконання практичних завдань:*

Завдання 1. Обчислити рівень спеціалізації роздрібною торговельної мережі у селищі міського типу (СМТ) трьома методами та зробити змістовні висновки. Вихідні дані для розрахунків:

- загальна кількість магазинів, що здійснюють обслуговування у СМТ – 120 од.;
- спеціалізованих магазинів у СМТ – 35 од.;
- загальний обсяг роздрібного товарообороту – 15790 тис. грн.;
- товарооборот спеціалізованих магазинів – 4500 тис. грн.;
- загальна торгова площа магазинів СМТ – 5200 м²;
- загальна торгова площа магазинів спеціалізованих СМТ – 1300 м².

Примітка.

1-й метод. Рівень спеціалізації роздрібної торговельної мережі розраховують як відношення кількості спеціалізованих магазинів до загальної кількості магазинів (даний метод не в повній мірі відображає рівень спеціалізації, оскільки за розміром торговельної площі магазини є неоднорідними).

2-й метод. Рівень спеціалізації роздрібної торговельної мережі розраховують як відношення товарообороту спеціалізованих магазинів до загального обсягу товарообороту всіх магазинів.

3-й метод. Рівень спеціалізації роздрібної торговельної мережі розраховують як відношення торговельної площі спеціалізованих магазинів до загальної торговельної площі (даний метод є найбільш точним).

Завдання 2. Провести структурний аналіз роздрібної торговельної мережі за системами оплати придбання товарів у місті «А» на основі інформації табл. 9.1. Зробити порівняльні висновки відносно змін у розподілі систем оплати придбання товарів.

Таблиця 9.1 – Вихідна інформація для розрахунків

Системи оплати придбання товарів	Роки дослідження			
	Минулий, тис. грн.	Структура, %	Звітний, тис. грн.	Структура, %
1. Готівкові розрахунки	300250		309700	
2. Розрахунки платіжними картками	434900		467600	
3. Розрахунки за договорами банківського кредиту	395800		425800	
4. Розрахунки через Інтернет	278700		357900	
Разом	1409650	100	1561000	100

3. *Індивідуальне тестування.*

ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ В МАГАЗИНІ

План заняття

1. *Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*

10.1 Суть і принципи організації торгово-технологічного процесу магазину.

10.2 Організація приймання та зберігання товарів й тари

10.3 Розміщення і викладення товарів у торговельному залі

10.4 Ефективність використання торгових площ магазинів

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. Проаналізувати динаміку товарообороту магазину, якщо товарооборот у минулому році склав 1650 тис. грн. Щодо звітнього року, то мала місце наступна динаміка показників:

- приріст обсягу надходження товарів склав 2%, що становить 33 тис. грн.;

- товарні запаси знизились на 120 тис. грн.;

- інші документовані витрати товарів склали 12 тис. грн.

Примітка.

Товарооборот звітнього року розраховується за допомогою формули балансового зв'язку:

$$H \pm \Delta Z = T \square + B,$$

де $H \square$ - надходження товарів протягом року, грн.;

ΔZ - зміна товарних запасів, грн.;

T - обсяг реалізації товарів протягом року, грн.;

B - вибуття товарів протягом року, грн.

Завдання 2. Скласти прогноз товарообороту на наступний рік:

1) для торговельного підприємства в цілому;

2) для секції «Галантерейні вироби» на наступний рік і на I квартал.

Дані за звітний рік:

- товарооборот торговельного підприємства склав 5750 тис. грн., зокрема по секції «Галантерейні вироби» – 3450 тис. грн.

Завдання на наступний рік:

- товарооборот має зрости на 3%;

- питома вага галантерейних виробів у сумі товарообороту збільшиться на 2%;

- частка планового товарообороту секції галантерейних виробів у I кварталі відносно річного плану товарообороту цієї ж секції визначена у розмірі 24%.

3. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ У МАГАЗИНАХ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

11.1 Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів

11.2 Магазинні методи продажу товарів: зміст, організація, ефективність

11.3 Психологічні аспекти процесу продажу товарів

11.4 Методи активізації продажу товарів

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. На основі даних табл. 11.1 розрахувати середній обсяг витрат часу покупців на очікування обслуговування.

Таблиця 11.1 – Витрати часу покупців на очікування обслуговування, секунди

Кількість замів	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Очікування консультації	60	60	120	120	180	60	120	60	60	120	180	60	120	60	60	80	90	60	70	90
очікування покупців на розрахунок	120	120	60	80	120	60	130	90	70	120	120	90	130	90	90	120	120	80	130	120

Завдання 2. Визначити необхідну кількість вузлів розрахунку в торговому залі магазину «Орфей», якщо площа торгового залу 500 м², а середній час розрахунку з одним покупцем становить 180 секунд.

Завдання 3. У магазині «Жіноча мода» у продажу залишилася стара колекція нереалізованих жіночих суконь по ціні 1800 грн. за сукню. Сукні представлені в асортименті. Витрати на реалізацію однієї сукні становлять 10% до її ціни. Прибуток від реалізації 1 сукні становить 500 грн. Визначити мінімальну кількість суконь, після якої одна сукня додасться покупцеві безкоштовно (у подарунок).

3. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ НА РИНКАХ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

11.1 Загальна характеристика та класифікація витрат підприємства.

11.2 Поняття, склад і види собівартості продукції.

11.3 Методика складання кошторису виробництва.

11.4 Сутність калькулювання собівартості продукції.

11.5 Методи калькулювання собівартості продукції.

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 2. За даними табл. 12.1 дати оцінку змінам, що відбулися у величині роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі за три роки. Визначити величину товарообороту, що припадає на підприємства роздрібною торгівлі (фізичних осіб) та структуру роздрібного товарообороту. Розрахунки оформити у таблицю. Зробити змістовні висновки (у письмовій формі) щодо абсолютної та відносної зміни товарообороту та його структури за весь період дослідження. З'ясувати причини які призвели до суттєвих змін.

Таблиця 12.1 - Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі за аналізований період.

Показники	20_	20_	20_	Відхилення за роками					
				20_/20_		20_/20_		20_/20_	
				абс.	%	абс.	%	абс.	%
Оборот роздрібною торгівлі, млн.грн., в тому числі:	815344,3	930629,2	1094045,8						
- роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі (юридичних осіб), млн.грн.	586330,1	668369,6	793479,2						
Частка роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі (юридичних осіб), %					x		x		x
- роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі (фізичних осіб), млн.грн.									
Частка роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі (фізичних осіб), %					x		x		x

Примітка.

1. Абсолютна величина відхилення товарообороту за звітний період до товарообороту за базисний період розраховується за формулою:

$$\text{Абс. відх} = T_3 - T_6,$$

де T_3 - товарооборот звітного періоду;

T_6 – товарооборот базисного періоду

2. Відносне відхилення товарообороту за звітний період до товарообороту за базисний період розраховується за формулою:

$$\text{Відн. відх.} = T_3 / T_6 * 100\% - 100\%$$

3. Індивідуальне тестування.

ТЕМА 13. ПОЗАМАГАЗИННІ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

План заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

13.1 Позамагазинні форми продажу товарів, їх соціально-економічне значення

13.2 Поняття дрібнороздрібної торговельної мережі, її класифікація

13.3 Організація пересувної торгівлі. Види пересувної торгівлі: розносна та розвізна торгівля

13.4 Порядок продажу товарів через дрібнороздрібну торговельну мережу

13.5 Організація ярмаркової торгівлі

13.6 Організація торгівлі поштою

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

2. Виконання практичних завдань:

Завдання 1. У табл. 13.1 представлені витрати на участь у виставково-ярмарковій діяльності підприємства ПАТ Молокозавод «Корівонька».

Показники економічної ефективності від проведення виставкової діяльності наведені у табл. 13.2. Дохід, що отримано від виставково-ярмаркової діяльності, склав 14 % від загального доходу. Розрахувати ефективність виставково-ярмаркової діяльності ПАТ Молокозавод «Корівонька» та запропонувати шляхи щодо покращення заходів з організації виставково-ярмаркової діяльності.

Таблиця 13.1 – Витрати на проведення виставок та ярмарок ПАТ Молокозавод «Корівонька»

Елементи витрат	Сума, тис. грн.	Структура, %
Оренда виставкового приміщення та обладнання	142,6	
Транспортно-складські витрати	44,3	
Заробітна плата	98,8	
Охорона	19,3	
Витрати на оформлення	40,4	
Інформаційно-рекламні витрати	40,5	
Культурна програма	37,2	
Непередбачувані витрати	34,9	
Всього	458	100,0

Таблиця 2 – Ефективність виставково-ярмаркової діяльності ПАТ Молокозавод «Корівонька»

Показник	Сума, тис. грн.
Дохід від реалізації	4652,0
у тому числі дохід, який отримано від виставково-ярмаркової діяльності	
Прибуток від продажів, який отримано від виставково-ярмаркової діяльності	
Ефективність виставково-ярмаркової діяльності, %	

3. *Індивідуальне тестування.*

ТЕМА 14. РЕГУЛЮВАННЯ І КОНТРОЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

План заняття

1. *Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*

14.1 Правові та організаційні засади захисту прав споживачів.

14.2 Контрольні перевірки додержання правил торговельного обслуговування.

14.3 Тимчасове припинення діяльності підприємств сфери торгівлі, громадського харчування та послуг.

2. *Виконання практичних завдань:*

Завдання 1. Завдання 1. Під час продажу м'яса охолодженого, продавчиня знехтувала правилами його продажу, поклавши на терези гирю, що була значно більшою за вагу товару. На зауваження споживача, продавчиня проігнорувала, швидко зазначивши його вагу та вартість. Якими мають бути дії споживача?

Завдання 2. Електронні ваги в процесі продажу картоплі показували наявність товару вагою 0,5 кг. На зауваження з боку споживача виставити ваги, продавець заявив, що при зважуванні товару він зніме додаткові 0,5 кг від ваги товару. Які дії з боку споживача мають бути застосовані?

Завдання 3. Навести декілька прикладів (3-4) в яких необхідно скласти проміжний акт.

Завдання 4. Навести приклади (3-4), в яких слід скласти акт відбору зразків товарів.

3. *Індивідуальне тестування.*

**ЧАСТИНА 3.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ ЗВО**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ В ТОРГІВЛІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Визначити поняття і сутність організації торгівлі.
- 2) Сформулювати предмет і об'єкт «Організації торгівлі».
- 3) Охарактеризувати торгівлю як систему.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. До організаційної діяльності у сфері торгівлі відноситься

А. об'єкти впливу, спрямованість організаційних дій, механізм організаційної діяльності

В. спрямованість організаційних дій, об'єкти впливу, диверсифікація торговельної діяльності

С. механізм організаційної діяльності, суб'єкти впливу, організаційний аналіз і організаційне проектування

Д. спрямованість організаційних дій, механізм організаційної діяльності, обмін результатів праці

2. Провідною функцією торгівлі є

А. розвиток асортименту пропозиції

В. залучення найбільшої кількості споживачів

С. обмін результатів праці

Д. організаційна діяльність

3. Доведення товарів зі сфери виробництва у сферу споживання – це

А. принцип організації торгівлі

В. функція торгівлі

С. обмін результатів праці

Д. статика

4. Сукупність організаційних дій на всіх ієрархічних рівнях у торгівлі має декілька напрямків, серед яких є

- A. управлінські органи, підрозділи, служби
- B. диверсифікація підприємств
- C. підвищення зарплатні
- D. створення нової організаційної структури

5. До загальносистемних принципів відносять

- A. зовнішнього доповнення та емерджентності
- B. емерджентності та експлерентності
- C. активного впливу на виробництво і споживання
- D. обміну результатів праці

ТЕМА 2. ВИДИ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Охарактеризувати елементи системи.
- 2) Охарактеризувати суб'єкти системи.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Чим відрізняються організаційні моделі в роздрібній торгівлі

- A. складом організаційних елементів
- B. взаємозв'язком організаційних елементів
- C. функціональною спрямованістю організаційних елементів
- D. всі відповіді вірні

2. Загальним недоліком побудови простої моделі роздрібногo збуту є

- A. велика кількість підрядних працівників
- B. надмірні витрати на відкриття нових філій
- C. надмірна раціоналізація структури за рахунок вилучення необхідних підрозділів
- D. малий обсяг продукції

3. До підприємств побутового обслуговування належать

- A. стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані
- B. салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані
- C. уніфіковані салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані
- D. функціональні салони, майстерні, цехи, які займають власні або орендовані приміщення і відповідно обладнані

4. Різниця у підприємствах оптової та роздрібною торгівлі полягає у

- A. централізація управління у підприємствах роздрібною торгівлі
- B. централізація управління у підприємства оптової торгівлі
- C. більша кількість структурних підрозділів у підприємствах оптової торгівлі
- D. централізація управління у підприємствах роздрібною торгівлі та більша кількість структурних підрозділів у підприємствах оптової торгівлі

5. Залежно від асортименту товарів ринки поділяються на

- A. продовольчі, речові, автомобільні, універсальні, спеціалізовані
- B. продовольчі, речові, автомобільні, послуг, медичні
- C. продовольчі, речові, автомобільні, послуг освіти, медичні
- D. продовольчі, речові

ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОДЕЛІ В ТОРГІВЛІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Які функції торгівлі є ринковому середовищі?
- 2) Які ознаки характеризують торгівлю як систему?
- 3) Охарактеризувати види суб'єктів торговельної діяльності.
- 4) Особливості асоціації торговельних підприємств.
- 5) Структурна організація мережі магазинів.
- 6) Характеристика організаційної структури оптової організації.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Дистриб'ютори — це

А. об'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які володіють винятковим правом купівлі-продажу товару конкретної фірми

В. суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які володіють винятковим правом купівлі-продажу товару конкретної фірми

С. суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які можуть здійснювати операції по купівлі-продажу товару конкретної фірми

Д. суб'єкти ринку, провідною функцією яких є зведення контрагентів

2. Торгові асоціації – це...

А. сукупність суб'єктів, що проводять господарську діяльність

В. об'єднання незалежних торгових підприємств з метою зменшення витрат, запобіганню банкрутства, посилення конкурентних позицій

С. незаконна монополістична організація, що маж за мету отримання найбільших прибутків за рахунок відсутності конкурентів

Д. немає правильної відповіді

3. Брокерські фірми — це

А. суб'єкти ринку, провідною функцією яких є зведення контрагентів

В. суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які володіють винятковим правом купівлі-продажу товару конкретної фірми

С. суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які можуть здійснювати операції по купівлі-продажу товару конкретної фірми

Д. об'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які можуть здійснювати операції по купівлі-продажу товару конкретної фірми

4. Біржі поділяються на

А. фондові, товарні і товарно-сировинні

В. форвардні, франчайзингові

С. опціонні, фондові, товарні і товарно-сировинні

Д. фондові, товарні і товарно-сировинні та форвардні, франчайзингові

5. Фірми в країні імпортера, які здійснюють експортно-імпортні операції на основі спеціального договору консигнаційного складу - це

А. агентські фірми

В. стопісти

- C. фактори
- D. лізингові фірми

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. Згідно з даними щорічного рейтингу BrandZ від глобальної аналітичної компанії Kantar, найдорожчою роздрібною компанією в світі третій рік поспіль залишається Amazon. Вартість бренду рік до року зросла на третину, до \$415,9 млрд.

В останньому звіті WPP і Kantar, спільно зі Світовим конгресом по роздрібній торгівлі (WRC), наводиться рейтинг найдорожчих глобальних брендів ритейлу BrandZ Top 75 Most Valuable Retail Brands, які, з великою ймовірністю, будуть переважати на ринку і після пандемії коронавірусу. Як стверджують дослідники, бренди з найсильнішим капіталом відновилися в дев'ять разів швидше після фінансової кризи 2008 року.

Експерти також вказують на ключову роль сектора роздрібною торгівлі в світовій економіці, оскільки бренди реагують на зміни в поведінці споживачів, стикаючись з критично важливими для бізнесу змінами попиту і пропозиції і обмеженою здатністю торгувати під час пандемії.

Онлайн-гігант Amazon, який займав перший рядок рейтингу і в 2019 році, за вартістю вже майже в три рази обганяє китайський Alibaba з вартістю бренду в \$152,5 млрд, який знаходиться на другому місці. Що не дивно, так Amazon ріс удвічі швидше: на 32% проти 16% у Alibaba. Як і рік тому, замикає трійку лідерів мережа ресторанів McDonald's: бренд оцінюється \$129,3 млрд (втративши 1% своєї вартості).

Так, на четвертій позиції за вартістю торгової марки знаходиться американська торговельна мережа Home Depot, яка оцінена експертами в \$57,6 млрд. Замикає п'ятірку лідерів материнська компанія французької Louis Vuitton (LVMH, \$51,8 млрд), що потіснила з цієї позиції американську Nike, яка вартує тепер трохи менше \$50 млрд.

Тому один з висновків дослідників говорить: найсильніші стали ще сильніше. Топ-10 брендів в рейтингу випередили решту сектора, повідомивши про середнє зростання вартості бренду на 16,4%. Примітно, що в першій десятці лідерів за вартістю торгових марок шість американських компаній класичного ритейлу і фаст-фуду, ще три – французькі люксові бренди.

Джерело: <https://rau.ua/economika/rozvitok/top-50-brendiv-v-2020-rotsi/>

Питання до ситуаційного завдання:

1. Які організаційні форми властиві торговельним підприємствам – лідерам світового ринку?
2. Які товарні спеціалізації властиві торговельним підприємствам – лідерам світового ринку?
3. Назвіть причини, через які в лідерах відсутні українські торговельні підприємства

4. Визначте, на якому рівні ринку працюють наведені торговельні підприємства.

5. Які з підприємств присутні на ринку України?

6. Якими конкурентними перевагами володіють торговельні підприємства – лідери світового ринку на ринку України?

ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Охарактеризувати систему елементів (підсистем) товарного ринку.
- 2) Охарактеризувати склад і структура об'єктів оптового товарного ринку.
- 3) Дослідити структуру суб'єктів оптового товарного ринку
- 4) У чому полягає економічна сутність оптової торгівлі?
- 5) Зазначити основні види оптової торгівлі та надати їм характеристику.
- 6) Розглянути фактори, що впливають на оптову торгівлю.
- 7) Значення оптової торгівлі.
- 8) Інфраструктура оптової торгівлі.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. За функціональним рівнем, які оптові підприємства є найбільш потужними за обсягами діяльності

- A. оптові підприємства міжрегіонального значення
- B. оптові підприємства регіонального значення
- C. підприємства національного значення
- D. оптові підприємства локального значення

2. За організаційним аспектом товарний ринок поділяється на

- A. місцевий та обласний
- B. внутрішній та зовнішній
- C. оптовий і роздрібний
- D. відкритий і закритий

3. Суб'єктами оптового ринку є

- A. домашні господарства
- B. виробничі підприємства
- C. комерційно-посередницькі формування
- D. вірні відповіді B та C

4. Завданням оптової торгівлі є

- A. забезпечення потреб домашніх господарств
- B. забезпечення суспільних, виробничих та комерційних потреб
- C. утворення конкуренції роздрібній торгівлі
- D. правильна відповідь відсутня

5. Економічна сутність оптової торгівлі полягає у

- A. обміні товарами між двома споживачами
- B. постійному та безперервному розподілі матеріальних благ між всіма учасниками економічних відносин
- C. здійснення продажу товарів і послуг товаровиробниками іншим підприємствам сфери виробництва
- D. реалізації послуг і товарів, які купуються з метою отримання прибутку

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. На основі знань про основні види оптової торгівлі, необхідно знайти оптові підприємства, що функціонують в економічному просторі України в межах відповідних груп (торгівля засобами виробництва і предметами праці, торгівля продовольчими товарами і т.д.). Узагальнити інформацію у табличному вигляді.

Завдання 2. Зазначити випадки, коли виробничі підприємства виступають суб'єктами оптового ринку.

Завдання 3. Зазначити блага, що виступають об'єктами оптового товарного ринку.

ТЕМА 5. СКЛАДСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) За якими ознаками відбувається класифікація складів?
- 2) Які чинники враховують обираючи регіон місце дислокації складу?
- 3) Надати характеристику техніко-економічних показників використання складів

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Складське господарство торгівлі - це

- A. сукупність складів усіх торгових систем і організацій
- B. допоміжні підприємства в торгівлі, що обслуговують утворення концентрованих запасів товарів і відповідне перетворення товарних потоків
- C. допоміжне підприємство в торгівлі, що забезпечує перетворення товарних потоків, які йдуть зі сфери виробництва у сферу споживання
- D. допоміжне підприємство в торгівлі, що забезпечує безперебійне постачання роздрібних торговельних організацій і підприємств

2. До етапів процесу прийняття рішення про розміщення товарного складу можна віднести

- A. проектування та планування площі магазину
- B. визначення номенклатури продукції, що зберігається та обробляється на складах
- C. вибір системи постачання
- D. всі відповіді вірні

3. За характером виконуваних функцій склади поділяються на

- A. підсортувально-розподільні
- B. транзитно-перевалочні
- C. нагромаджувальні тощо
- D. всі відповіді вірні

4. За умовами зберігання товарів та особливостями технічного спорядження склади поділяються на

- A. загально товарні та спеціальні
- B. спеціалізовані та перевалочні
- C. універсальні та перевалочні
- D. вузькоспеціалізовані та змішаного асортименту

5. Вибір місця дислокації складу здійснюється за таких етапів

- A. визначається регіон розташування, конкретне місце в межах обраного регіону для складу та адміністративного корпусу
- B. визначається регіон розташування, конкретне місце в межах обраного регіону, облаштування складу на конкретній ділянці

С. визначається регіон розташування, конкретне місце в межах обраного регіону для адміністративного корпусу

Д. визначається регіон розташування, конкретне місце в межах обраного регіону для сортувальних та комплектувальних

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. Плани товарообороту тісно пов'язані з показниками плану з праці. Визначити вплив чисельності працівників і продуктивності праці на зміну товарообороту оптового складу «Стимул» в третьому кварталі поточного року за даними табл.5.1.

Таблиця 5.1 – Вихідні дані

Показники	План	Факт	Відхилення (абс.)
Товарооборот, млн. грн.	140	138	
Чисельність працівників, осіб	120	140	
Продуктивність праці, тис. грн.			

Завдання 2. Розрахувати обсяг оптового товарообігу у звітному періоді, за якого валовий дохід оптовика вирівнюється за сумою з поточними витратами, якщо постійні витрати становлять 150 тис. грн., рівень валового доходу 70%, а змінних витрат підприємства 60%.

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ОПТОВИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Охарактеризувати джерела оптових закупівель.
- 2) Назвати методи прогнозування попиту на товари.
- 3) В чому полягає сутність точки беззбитковості закупівель?
- 4) Що таке ярмарка та з якою метою її організують?
- 5) У яких випадках складають протокол розбіжностей?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Під господарськими зв'язками суб'єктів ринку розуміють

А. систему господарських відносин щодо розподілу, обміну і споживання, що виникають між учасниками просування товарів від виробництва до споживання

В. систему економічних відносин щодо розподілу, обміну і споживання, що виникають між учасниками просування товарів від виробництва до споживання

С. систему господарських та економічних відносин щодо розподілу, обміну і споживання, що виникають між учасниками просування товарів від виробництва до споживання

Д. систему господарських та фінансових щодо відносин розподілу, обміну і споживання, що виникають між учасниками просування товарів від виробництва до споживання

2. За характером і метою господарські зв'язки можуть бути суто

А. економічними і соціально спрямованими

В. фінансовими

С. маркетинговими та збутовими

Д. всі відповіді є вірними

3. Вихідним етапом оптових закупівель є

А. обґрунтування вибору конкретного, найбільш придатного постачальника

В. виявлення потреби в асортименті

С. вивчення попиту споживачів

Д. всі відповіді є вірними

4. Якщо підприємство задоволене своєю ринковою нішею, воно вибирає

А. стратегію диференціації

В. стратегію мінімальних витрат

С. стратегію наступального характеру

Д. стратегію фокусування

5. До методів прогнозування попиту не відносяться

А. прогнозування попиту з використанням коефіцієнта еластичності

В. нормативний метод

С. метод планування доходу

Д. метод експертних оцінок

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. Скласти план надходження товарів на 4-й квартал 20_ року за даними табл. 6.1.

Таблиця 6.1 - План надходження товарів на оптову базу «Стимул» на 4-й квартал 2020 р., тис. грн.

Найменування товарних груп	План товарообігу	Запаси на кінець	Запаси на початок	План надходження
М'ясо, птиця	300	15	12	
Молоко та молочні вироби	250	23	25	
Сири сичужні	220	19	18	
Кондитерські вироби	195	25	26	
Консерви рибні	100	30	31	
Риба	200	12	14	
Ковбасні вироби	225	21	23	
Алкогольні напої	180	27	29	

Завдання 2. На основі даних табл. 6.2 провести ранжування постачальників за найбільш суттєвими критеріями. Результати оформити у таблицю та зробити висновки щодо вибору постачальника на основі загальної кількості балів

Таблиця 6.2 - Критерії відбору постачальників

з/п	Критерії відбору	Постачальники			
		1	2	3	4
1	Ціна одиниці товару, грн.	250	255	248	249
2	Якість товарів, бали	1,5	1,5	1,45	1,4
3	Віддаленість постачальника, км	55	60	58	52
4	Періодичність постачання, разів на місяць	1	1	1	1
5	Форми доставки, автомобільні перевезення	+	+	+	+
6	Фінансові умови, (предоплата/розстрочка платежу)	/+	+/	+/	/+

Примітка. Таблицю доцільно заповнювати, проставляючи кожному постачальнику бали за кожним критерієм. При цьому бал «5» означає «відмінно», «4» — «дуже добре», «3» — «добре», «2» — «задовільно», «1» — «мало прийнятно», «0» — «непринятно». Перевага має надаватися тим

постачальникам, які набирають найбільшу кількість балів. За інших однакових умов перевагу віддають, як правило, місцевим постачальникам.

ТЕМА 7. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВАНТАЖУВАННЯ І ВНУТРІШНЬОСКЛАДСЬКОГО ПЕРЕМІЩУВАННЯ ТОВАРІВ НА ОПТОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) В чому полягає сутність технологічного процесу складу?
- 2) Надати характеристику принципам раціональної організації складських операцій.
- 3) Охарактеризувати основні блоки операцій технологічного процесу складу.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Приймання товарів це

A. комплекс робіт з перевірки кількості та якості отриманих товарів, оформлення їх приймання

B. концептуальна ідея товарного розподілу

C. сукупність робіт пов'язана з завантаженням товарів з метою їх подальшої реалізації

D. контроль за збереженням товарно-матеріальних цінностей

2. Ритмічність - це

A. передумови для підготовки відвантажування товарів

B. пропускна спроможність, що дозволяє уникати вимушених перебоїв та зупинок у роботі

C. розробка календарних планів і графіків надходження й відпускання товарів

D. повторюваність всього циклу та окремих операцій в рівні відрізки часу

3. Механізація та автоматизація технологічного процесу – це

- A. схема технологічного процесу
- B. функції технологічного процесу
- C. принцип організації
- D. технологічний процес складу

4. Функціями технологічного процесу на складах оптових підприємств є

- A. отримання товарів від постачальників та контроль їх якості
- B. підсортування товарів і підготовка їх до продажу
- C. товаропостачання роздрібною торговельною мережі
- D. усі відповіді правильні

5. Потоковість передбачає

- A. одночасне виконання окремих складських операцій на всіх стадіях технологічного процесу складу
- B. взаємозв'язок і підпорядкування всіх операцій повного циклу технологічного процесу складу єдиному ритму їх виконання
- C. планування руху товарів за найкоротшими маршрутами та недопущенні зустрічних перевезень
- D. комплекс послідовно виконуваних операцій, що умовно поділяються на блоки

ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИМ ПРОЦЕСОМ НА СКЛАДАХ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Надати характеристику акту про фактичну якість і комплектність товарів.
- 2) Зазначити основні вимоги, що пред'являються до зберігання товарів на складах.
- 3) У чому полягає сутність розробки системи розміщування товарів?
- 4) Якими показниками характеризується раціональне розміщення товарів на складах?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Акт про масу тари з-під вологої продукції має бути складений

- A. не пізніше ніж через чотири дні
- B. негайно після звільнення тари з-під продукції
- C. після прибуття представника продавця, але не пізніше ніж через три дні
- D. не пізніше ніж через десять днів

2. Основними елементами приймання товару є

- A. перевірка його кількості та якості
- B. зміна маркування товару
- C. перевірка маси
- D. вірні відповіді А та С

3. Спеціальні стелажі бувають

- A. стойкові, консольні, механічні, стелажі-вішала
- B. гравітаційні, поличні
- C. клітинні, ящичні, каркасні
- D. всі відповіді вірні

4. Основним супровідним документом є

- A. рахунок-фактура
- B. дорожна відомість
- C. коносамент
- D. пакувальні ярлики

5. Приймання товарів може проводитися

- A. на складі постачальника, вантажовідправника товарів
- B. на складі одержувача товарів
- C. на складі підприємства транспорту-перевізника товарів або в місцях розкривання опломбованих чи в місцях розвантажування неопломбованих транспортних засобів транспорту загального користування
- D. всі відповіді вірні

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. Розробити бланк товаро-транспортної накладної для умовних підприємств, що приймають участь у товаропросуванні товарів та заповнити основні його реквізити (номер та дата ТТН, автопідприємство, замовник-платник, вантажовідправник, вантажоодержувач, автомобіль, водій, назва товару, кількість, ціна, вартість та інші реквізити).

Зазначити в яких випадках суб'єкт господарюванням зобов'язаний оформляти товаро-транспортну накладну?

Яка форма товаро-транспортної накладної є найпоширенішою?

В яких випадках обов'язково використовуються специфічні види

товаро-транспортної накладної?

Завдання 2. Оптове підприємство по реалізації меблів замовило партію м'яких меблів фірми «ІКЕА». Оскільки під'їзна колія на підприємстві відсутня, то меблі прибули на сортувальну залізничну станцію «Кривий Ріг-Сортувальний». Під час огляду вагону було виявлено невідповідність пломб.

Зазначити які мають бути виконані в даному разі операції з боку оптового підприємства щодо прийому товару.

ТЕМА 9. ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ МЕРЕЖІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Які ознаки притаманні роздрібній торгівлі?
- 2) Класифікація форм роздрібної торгівлі.
- 3) Характеристика вимог щодо організації роздрібної торгівлі.
- 4) Охарактеризувати основні торгові функції магазинів.
- 5) Що лежить в основі побудови функціональної моделі системи торговельного обслуговування?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Формами роздрібної торгівлі є

А. за правом власності на товар, що продається, за методами обслуговування, за правом власності на товар, що продається, за формами обслуговування

В. за місцем, за формами, за правом власності на товар, що продається

С. за місцем активного впливу на виробництво і споживання, за місцем, за формами розрахунків, за правом власності на товар

Д. за місцем, за формами розрахунків, за правом власності на товар, що продається, за методами обслуговування

2. Торгівля за правом власності на товар поділяється на

А. за попередніми замовленнями, комісійну, в кредит

В. комісійну, фірмову

С. посилкову, за попередніми замовленнями, комісійну

D. комісійну, в кредит, з прилавка

3. За принципом організації роботи роздрібних торговців поділяють на

- A. крупнороздрібні, дрібнороздрібні, дрібнооптові
- B. роздрібні, дрібнороздрібні, дрібнооптові, віртуальні
- C. технологічно-роздрібні, дрібнороздрібні, дрібнооптові, віртуальні
- D. роздрібні, дрібнороздрібні, віртуальні

4. До основних принципів до організації мережі роздрібних торговців належать

- A. групування за асортиментом, доступність для споживачів, рівномірність розосередження, концентричність розташування
- B. групування за класами, близькість, зручність, доступність розташування
- C. групування за класами, вибагливість споживача, зручність, доступність за ціною
- D. групування за класами, оптимальна забезпеченість споживачів мережею, безпечність товару, зручність товару

5. Мережа торговельних суб'єктів громадського харчування включає

- A. стаціонарні, пересувні пункти харчування, віртуальні
- B. стаціонарні, дрібнороздрібні, пересувні пункти харчування
- C. стаціонарні, за замовленнями, пересувні пункти харчування
- D. стаціонарні, пересувні пункти харчування, буфети

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. За даними алфавітного покажчика Національного стандарту України ДСТУ 4003:2004 розробити термінологічний апарат для системи роздрібної торгівлі (6-7 визначень). Визначення понять занести до табл. 9.1.

Таблиця 9.1 – Терміни та визначення понять у сфері роздрібної торгівлі

Український термін	Визначення	Англійський термін
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ В МАГАЗИНІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) Що є принциповою особливістю торгово-технологічного процесу в магазинах?

2) Охарактеризувати основні елементи торгового процесу.

3) Надати характеристику схеми основних та допоміжних операцій торгово-технологічного процесу в магазині

4) Які принципи покладено в основу організації торгово-технологічного процесу магазину?

5) Зазначити способи виконання операцій з розвантаження з транспортних засобів та надати їм характеристику

6) Якої послідовності розміщення зон продажу продовольчих товарів традиційно додержуються у практиці вітчизняних магазинів самообслуговування?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Операції технологічного процесу належать до

- A. допоміжних
- B. основних
- C. розвантажувальних
- D. підготовчих

2. Особливу роль у формуванні структури торгово-технологічного процесу магазину відіграють

- A. методика обслуговування покупців
- B. активні методи впливу на споживання
- C. методика обслуговування покупців та активні методи впливу на споживання товару
- D. методи продажу товарів

3. До операцій безпосереднього обслуговування покупців належать

- A. викладання товарів у торговому залі

- В. самостійний відбір товарів покупцями з обладнання торгового залу
- С. надання покупцям додаткових послуг тощо
- Д. всі відповіді вірні

4. Підготовча робота з обслуговування покупців полягає у

- А. обробка товарів, фасування, переміщення у торговий зал, надання покупцям додаткових послуг
- В. фасування, переміщення у торговий зал, надання покупцям додаткових послуг
- С. групування за асортиментом, фасування, переміщення у торговий зал
- Д. обробка товарів, фасування, переміщення у торговий зал

5. Роботи з розвантаження транспортних засобів у магазинах повинні проводитися з дотриманням

- А. загальних правил виконання вантажно-розвантажувальних робіт, вимог спеціального маркування вантажів, правил техніки безпеки
- В. загальних правил виконання вантажно-розвантажувальних робіт, вимог спеціального маркування вантажів, правил техніки безпеки, дотримання термінів завезення товарів
- С. загальних правил по дотриманню термінів завезення товарів, обсягів завезення та номенклатури вантажів, вимог спеціального маркування вантажів
- Д. загальних правил по дотриманню термінів завезення товарів, обсягів завезення та номенклатури вантажів, вимог спеціального маркування вантажів, правил техніки безпеки

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ У МАГАЗИНАХ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Характеристика магазинної форми продажу.
 - 2) Характеристика позамагазинних форм і методів продажу товарів.
 - 3) Характеристика організації продажу товарів за методом самообслуговування.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Торгово-технологічний процес продажу товарів за зразками включає наступні елементи

- A. самостійний або за допомогою продавця огляд зразків товарів, наявних у продажу
- B. оформлення і розрахунок за товари та послуги
- C. надання послуг покупцям
- D. всі відповіді вірні

2. При продажу товарів за методом торгівлі з відкритою викладкою особливу увагу потрібно приділяти

- A. розмішуванню та викладанню товару у торговому залі
- B. розмішуванню та викладанню товару на робочому місці продавця
- C. розмішуванню та викладанню товару у складських приміщеннях та у торговій залі
- D. розмішуванню та викладанню товару у складських приміщеннях

3. У своїх професійних діях продавці повинні керуватися принципами

- A. енергійності та терпіння
- B. зацікавленості та терпіння
- C. пропонування та терпіння
- D. моральності й ентузіазму

4. Мотив купівлі — це

- A. обґрунтоване рішення придбати той чи інший товар
- B. обґрунтоване рішення людини вчинити щось тим чи іншим способом
- C. спонтанне рішення людини вчинити щось тим чи іншим способом
- D. міркування людини з приводу вчинити щось тим чи іншим способом

5. Смак — це

- A. зорове сприйняття форми та відповідності призначення товару
- B. вміння покупця вибрати з різних напрямів моди ті, які найбільше йому підходять
- C. виявлення в товарі певних властивостей матеріалу, пропорційності окремих його частин
- D. обґрунтування кольорової гами з урахуванням психологічного впливу кольору

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. Розрахувати величину економії коштів, що були отримані овочевою базою від впровадження засобів механізації в розрахунку на тону

навантаження та розвантаження овочів, а також строк окупності витрат на придбання підйомно-транспортного обладнання.

Вихідні дані для розрахунків:

- річний вантажообіг овочів – 10000 тон;
- експлуатаційні витрати при навантаженні та розвантаженні овочів вручну – 20000 тис. грн.;
- експлуатаційні витрати при механізованому навантаженні та розвантаженні овочів – 15000 тис. грн.;
- витрати на придбання засобів механізації – 18000 тис. грн.;
- нормативний строк окупності вкладень – 4 роки.

Методичні вказівки до виконання завдання.

У завданні потрібно розрахувати два показника:

- 1) розмір економії коштів, що отримані від впровадження засобів механізації в розрахунку на тону навантаження та розвантаження овочів, що переробляється;
- 2) строк окупності витрат на придбання підйомно-транспортного обладнання, що визначається діленням суми витрат на річний обсяг прибутку.

Висновки про ефективність вкладень на придбання засобів механізації робляться на основі порівняння фактичного та нормативного строку їх окупності.

ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ НА РИНКАХ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Класифікація ринків.
- 2) Характеристика організації торгівлі на ринку.
- 3) Які обов'язки має виконувати адміністрація ринку?
- 4) Які товари не можна продавати на ринку?
- 5) Які функції виконує бюро торговельних послуг?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. На посаду завідувача ринку призначається особа

- A. що має спеціальну освіту і стаж роботи за спеціальністю не менше 5 років
- B. що має вищу освіту і стаж роботи за спеціальністю не менше 5 років
- C. що має вищу освіту і стаж роботи за спеціальністю не менше 3 років
- D. що має спеціальну освіту і стаж роботи не менше 3 років

2. Завідувач ринку має право

- A. знайомитися з проектами рішень керівництва, що стосуються діяльності ринку
- B. вносити на розгляд керівництва пропозиції щодо поліпшення діяльності ринку
- C. давати обов'язкові для виконання вказівки керівникам допоміжним службам ринку з питань організації торгового процесу та підписувати документи у межах своєї компетенції
- D. всі відповіді вірні

3. Завідувач ринку несе відповідальність

- A. за належне виконання або невиконання своїх посадових обов'язків, передбачених посадовою інструкцією
- B. за правопорушення, що мали місце в процесі здійснення своєї діяльності, межах, визначених діючим адміністративним, цивільним законодавством
- C. за спричинення матеріальної шкоди
- D. всі відповіді вірні

4. Платниками ринкового збору є

- A. юридичні особи усіх форм власності
- B. філії, відділення, представництва та інші відокремлені підрозділи
- C. фізичні особи
- D. всі відповіді вірні

5. Контроль за дотриманням правил торгівлі на ринку здійснюється

- A. завідувачем ринку
- B. посадовими особами органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у межах своєї компетенції
- C. наглядовою палатою
- D. наглядовою палатою та посадовими особами органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у межах своєї компетенції

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. За даними табл. 12.1 провести порівняльний аналіз структури оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі за період 2010-2019 років. Розраховані відносні відхилення занести до табл. 12.2.

Зробити змістовні висновки (у письмовій формі) щодо зміни структури товарообороту за весь період дослідження. З'ясувати причини які призвели до суттєвих змін.

Таблиця 12.1 - Структура оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Оптовий товарооборот, млн.грн	993695,8	1107283,4	1093290,8	1074753,2	987957,0	1244220,8	1555965,7	1908670,6	2215367,4	2322176,9
продовольчі товари	193848,5	194516,0	215169,0	199674,1	194669,3	224268,9	252771,0	314047,6	356102,8	392139,9
непродовольчі товари	799847,3	912767,4	878121,8	875079,1	793287,7	1019951,9	1303194,7	1594623,0	1859264,6	1930037,0
Питома вага в оптовому товарообороті, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
продовольчі товари	19,5	17,6	19,7	18,6	19,7	18,0	16,2	16,5	16,1	16,9
непродовольчі товари	80,5	82,4	80,3	81,4	80,3	82,0	83,8	83,5	83,9	83,1
Частка продажу товарів, що вироблені на території України, %	66,5	63,9	58,9	54,3	48,5	46,9	44,5	43,7	42,0	44,1
продовольчі товари	75,1	75,5	73,7	71,7	71,4	75,2	76,4	76,8	77,2	75,1
непродовольчі товари	64,4	61,4	55,3	50,3	42,9	40,7	38,3	37,2	35,3	37,8

Таблиця 12.2 – Відхилення по структурі оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі

Показники	Відхилення за роками, %								
	11/10	12/11	13/12	14/13	15/14	16/15	17/16	18/17	19/18
Оптовий товарооборот, млн.грн.	11,4								
продовольчі товари									
непродовольчі товари									
Питома вага в оптовому товарообороті, %									
продовольчі товари	1,9								
непродовольчі товари									
Частка продажу товарів, що вироблені на території України, %									
продовольчі товари									
непродовольчі товари									

Примітка.

1. Цифра «10» відповідає 2010 року і т.д.;

2. Відхилення по відносним показникам розраховуються за формулою абсолютного відхилення.

ТЕМА 13. ПОЗАМАГАЗИННІ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) За яких умов в одному пункті продажу дозволяється проводити змішану торгівлю продовольчими та непродовольчими товарами?

2) Надати характеристику засобів пересувної торгівлі.

3) Охарактеризувати нормативні документи якими керуються суб'єкти господарювання при організації роботи дрібнороздрібною мережі.

4) Провести порівняння оптових та роздрібних ярмарок.

5) Зазначити переваги та недоліки такої позамагазинної форми продажу товарів, як продаж товарів поштою.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Змішана торгівля продовольчими та непродовольчими товарами в одному пункті продажу дозволяється лише за умови, що

А. продовольчі товари фасовані, мають герметичне упакування і розташовані з додержанням принципу товарного сусідства

В. продовольчі товари фасовані, мають герметичну упаковку і розташовані з додержанням правил роботи дрібнороздрібною торговельною мережі

С. продажу продовольчих і непродовольчих товарів тільки простого асортименту згідно з асортиментним переліком

Д. продажу продовольчих і непродовольчих товарів тільки простого асортименту згідно з асортиментним переліком, затвердженим господарюючим суб'єктом

2. Режим роботи дрібнороздрібних пунктів продажу товарів погоджується з

А. місцевими органами державної виконавчої влади з урахуванням наявності супровідних документів на товари, що реалізуються та засвідчують відповідність якості товарів вимогам нормативних документів

В. місцевими органами державної виконавчої влади з урахуванням документів, що засвідчують відповідність якості товарів вимогам нормативних документів тощо

С. місцевими органами державної виконавчої влади з урахуванням наявності супровідних документів на товари, що реалізуються

Д. місцевими органами державної виконавчої влади з урахуванням місць їх розташування, товарної спеціалізації та режиму роботи стаціонарних магазинів

3. Працівники дрібнороздрібної торговельної мережі зобов'язані надавати покупцям

А. доступну та достовірну інформацію про товари, ознайомити з їх особливостями, якістю та правилами користування ними, без надання можливості відібрати товари, проте, повною мірою

В. доступну та достовірну інформацію про товари, ознайомити з їх особливостями, якістю та правилами користування ними, без надання можливості відібрати товари, проте, повною мірою і вагою

С. доступну та достовірну інформацію про товари, ознайомити з їх особливостями, якістю та правилами користування ними, без надання можливості відібрати товари

Д. доступну та достовірну інформацію про товари, ознайомити з їх особливостями, якістю та правилами користування ними, надати можливість відібрати товари

4. Нефасовані продовольчі товари та продукція громадського харчування упаковуються в

А. папір упаковочний, паперові серветки, поліетиленові кульки або в тару покупця, непродовольчі товари – в папір газети, коробки, поліетиленові кульки, пакети, за бажанням клієнта без упаковки

В. папір упаковочний, паперові серветки, поліетиленові кульки або в тару покупця, непродовольчі товари – в папір газети, коробки, поліетиленові кульки, пакети та інше

С. папір упаковочний, папір газети, паперові серветки, поліетиленові кульки або в тару покупця, непродовольчі товари – в папір, коробки, поліетиленові кульки, пакети та інше

Д. в папір, паперові серветки, поліетиленові кульки або в тару покупця, непродовольчі товари – в папір, коробки, поліетиленові кульки, пакети та інше

5. Розносна торгівля ведеться в основному

А. у місцях масового відпочинку з переносних пристосувань

В. у місцях масового відпочинку з переносних пристосувань, автовізків та спеціалізованого транспорту

С. у місцях масового відпочинку з переносних пристосувань та спеціалізованого транспорту

Д. у місцях масового відпочинку з переносних пристосувань та автокафе

4. Завдання для самостійного виконання.

Завдання 1. У табличній формі слід представити переваги та недоліки роботи інтернет-магазинів, що функціонують в економічному середовищі як України, так і інших країн світу. Приклад таблиці для узагальнення інформації.

Інтернет-магазини	Переваги	Недоліки
Інтернет-магазини України		
Інтернет-магазини інших країн світу		

ТЕМА 14. РЕГУЛЮВАННЯ І КОНТРОЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка завдань для самостійного виконання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) Охарактеризувати основні завдання Держпродспоживслужби.
2) Які має можливості споживач у разі порушення його прав?
3) Яку роль у сфері контролю за дотриманням прав споживачів у торгівлі відіграють органи державної податкової служби України й органи внутрішніх справ?

4) Яку роль у сфері контролю за дотриманням прав споживачів у торгівлі відіграють громадські організації споживачів?

5) Яка передбачена відповідальність суб'єктів господарювання сфери торгівлі, громадського харчування та послуг за порушення законодавства про захист прав споживачів?

6) Як здійснюється проведення відбору зразків товарів для перевірки їхньої якості?

7) Призначення Книги відгуків і пропозицій та її характеристика.

8) В яких випадках відбувається опломбування приміщень і несправних засобів вимірювання?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Важливу роль у сфері контролю зокрема за дотриманням прав споживачів у торгівлі відіграють

- A. державна податкова служба України й органи внутрішніх справ
- B. санітарна служба
- C. наглядова комісія
- D. всі відповіді вірні

2. Головним завданням державної служби боротьби з економічними злочинами

A. урахування наявності супровідних документів на товари, що реалізуються та засвідчують відповідність якості товарів вимогам нормативних документів

B. урахування документів, що засвідчують відповідність якості товарів вимогам нормативних документів тощо

C. урахування наявності супровідних документів на товари, що реалізуються з метою припинення злочинів у галузі економіки та запобігання їм

D. своєчасне припинення злочинів у галузі економіки та запобігання їм

3. Функції з моніторингу динаміки цін (тарифів) на споживчому ринку покладаються на

- A. державну податкову службу України
- B. наглядову комісію
- C. органи місцевого самоврядування
- D. Державну службу статистики

4. Об'єднання споживачів є громадськими організаціями, здійснюють свою діяльність відповідно до

- A. державної податкової служби України
- B. Закону України «Про органи місцевого самоврядування»
- C. Закону України «Про захист прав споживачів»
- D. Закону України «Про об'єднання громадян»

5. Суми штрафів зараховуються

- A. державного бюджету
- B. місцевого бюджету
- C. територіальних органів
- D. всі відповіді вірні

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

Додаткова література:

Навчальне видання

***Ніколайчук Ольга Анатоліївна
Костакова Ліна Дмитрівна***

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної
справи та підприємництва

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Методичні рекомендації з вивчення дисципліни

Рівень бакалавр

Формат 60x84/8. Ум. др. арк.

Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м.Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкту видавничої справи
ДК № 4929 від 07.07.2015 р.