

**Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів
з вивчення дисципліни «Організація
виробництва та торгівлі»
Частина 2**

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

**Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів
з вивчення дисципліни «Організація
виробництва та торгівлі»
Частина 2**

Вінниця
ВНТУ
2021

Рекомендовано до друку Методичною радою Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол № 10 від 20.05.2021 р.)

Рецензенти:

Н. О. Коваль, кандидат економічних наук, доцент

І. В. Шварц, кандидат економічних наук, доцент

Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни «Організація виробництва та торгівлі». Частина 2 / Уклад. Л. Д. Глущенко, Т. М. Пілявоз. – Вінниця : ВНТУ, 2021. – 48 с.

Наведений у методичних вказівках комплекс містить інформаційний обсяг навчальної дисципліни, питання для самостійного опрацювання, формули для розв'язання завдань, завдання для самостійного розв'язування, тести, а також рекомендовану літературу, сприяє більш глибокому засвоєнню навчального матеріалу студентами та надає можливість його самостійного опрацювання.

Навчальне видання

**Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів
з вивчення дисципліни
«Організація виробництва та торгівлі»
Частина 2**

Укладачі: *Лариса Дмитрівна Глущенко*
Тетяна Миколаївна Пілявоз

Рукопис оформлено *Т. Пілявоз*

Редактор *О. Ткачук*

Оригінал-макет виготовлено *О. Кушнір*

Підписано до друку 02.11.2021 р.

Формат 29,7×42¼. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 2,88.

Наклад 40 (1-й запуск 1–21) пр. Зам. № 2021-112.

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
інформаційний редакційно-видавничий центр.
ВНТУ, ГНК, к. 114. Хмельницьке шосе, 95, м. Вінниця, 21021.
Тел. (0432) 65-18-06.

press.vntu.edu.ua;

E-mail: kivc.vntu@gmail.com.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ»	6
ЗАВДАННЯ ТА ТЕСТИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ.....	10
ТЕМА № 8. Організаційні засади торгівлі	10
ТЕМА № 9. Організація товаропостачання і доставки товарів.....	13
ТЕМА № 10. Організація оптової торгівлі.	18
ТЕМА № 11. Організація роздрібної торгівлі.....	27
ТЕМА № 12. Особливості організації роботи роздрібних торгівельних підприємств.	30
ТЕМА № 13. Формування асортименту роздрібних торговельних підприємств.....	36
ТЕМА № 14. Організація продажу товарів роздрібних торговельних підприємств.....	40
ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ З ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ»	47

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Організація виробництва та торгівлі» є закріплення у студентів основних теоретичних знань та практичних навиків організації виробництва та торгівлі.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Організація виробництва та торгівлі» є: опанування студентами теоретичних засад і практичних навиків організації виробництва та торгівлі, а також вивчення специфіки організації роботи виробничих та торгівельних підприємств;

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають:

– **знати:** зміст основних термінів, понять і категорій організації виробництва та торгівлі; організаційні основи виробництва та виробничої системи; виробничий процес й організаційні типи виробництва; організацію трудових процесів і робочих місць; суть і значення нормування праці; організаційні аспекти побудови виробничої структури підприємства, організацію виробничого процесу у часі та організацію допоміжних виробництв і обслуговуючих господарств; зміст організації торгівлі; суть, завдання та організацію оптової та роздрібною торгівлі; особливості роботи роздрібних торгівельних підприємств.

– **вміти:** володіти категоріальним апаратом та методологією дослідження; виконувати необхідні розрахунки за допомогою основних показників виробничого процесу, планувати етапи його технічної підготовки, організовувати обслуговування виробництва, аналізувати організацію оптової та роздрібною торгівлі та надавати рекомендації щодо її ефективності; використовувати набуті знання в практичній економічній та управлінській діяльності.

Самостійна робота студентів – це:

- підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних тощо);
- виконання завдань з навчальної дисципліни протягом семестру;
- робота над окремими питаннями з тем, які містить навчальна дисципліна, і які згідно з робочою навчальною програмою винесені на самостійне опрацювання студентів;
- підготовка до всіх видів контрольних випробувань, у тому числі до модульних і комплексних контрольних робіт;
- виконання завдань, передбачених програмою практики.

СРС складається з завдань для самостійного розв'язування, питань для самостійного опрацювання та тестових завдань для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу. Самостійна робота студента над засвоєнням навчального матеріалу може виконуватися у бібліотеці, навчальних кабінетах і лабораторіях, комп'ютерних класах, а також в домашніх умовах.

На самостійне опрацювання студентів виносяться навчальні матеріали:

- за рівнем складності доступні для самостійного вивчення;
- що розширюють, доповнюють, деталізують знання основ, викладених в базовому курсі;

– аналогічні вивченим, побудовані на принципах, вже розглянутих у попередніх темах;

– спрямовані на формування навичок та стійких знань: задачі, тести, питання для самоперевірки;

Основною формою контролю та оцінювання самостійної роботи студентів є проведення контрольних заходів (поточний та підсумковий контроль). Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль передбачає семестровий контроль.

Контроль СРС здійснюється залежно від виду самостійної роботи і передбачає такі форми: тестування; контрольні питання після кожної лекції; співбесіда; колоквиуми; звіти з виконання практичних робіт; інші форми.

Форми самостійної роботи студентів, форми контролю та звітність

Види та форми самостійної роботи студентів	Форми контролю та звітності
1. Вивчення обов'язкової та додаткової літератури, конспектів лекцій тощо	1. Активна участь в різних видах аудиторних занять
2. Підготовка до практичних занять	2. Активна участь у практичних заняттях
3. Підготовка до контрольних робіт та інших форм поточного контролю	3. Написання контрольної роботи тощо

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ»

Змістовий модуль 1. Організація виробництва

Тема 1. Організаційні основи виробництва

Зміст і предмет організації виробництва. Організація як процес і як явище. Змістовне значення виробництва. Суть організації виробництва. Основне завдання організації виробництва як науки. Предмет науки організації виробництва. Поняття організації. Сутнісна характеристика організації виробництва. Основні закони організації виробництва та їх вплив на поведінку виробничої системи. Закономірності організації виробництва. Модель організації виробництва у просторі і часі. Функціональна структура організації виробництва.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Тема 2. Виробничі системи

Системний підхід до організації виробництва. Основні складові частини системи. Виробнича система та її елементи. Загальна характеристика виробничої системи. Склад виробничої системи. Підсистеми виробничої системи. Технічна, технологічна, економічна, інформаційна, логістична підсистеми виробничої системи. Підприємство як складна економічна система та її риси. Особливості організації виробничої системи підприємства. Загальна характеристика процесу організації виробництва. Основні цілі організації виробництва. Мета та головні етапи процесу організації виробництва.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Тема 3. Виробничий процес і організаційні типи виробництва

Виробничий процес і його структура. Основні, допоміжні та обслуговуючі процеси. Класифікація виробничих процесів. Простий та складний процес. Етапи формування виробничого процесу. Принципи організації виробничого процесу. Типи організації виробництва та їх характеристика. Поняття типу виробництва. Тип виробничого процесу і тип підприємства. Основні типи організації виробництва – масове, серійне, одиничне. Система факторів та їх вплив на формування типу організації виробництва. Характеристика одиничного, серійного та масового типу виробництва.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Тема 4. Організація трудових процесів і робочих місць. Нормування праці

Методологічні засади організації праці. Особливості процесу праці. Поняття організації праці. Основні напрямки організації праці. Основні

завдання організації праці. Трудові процеси та їх класифікація. Трудовий процес та його ознаки. Організація робочих місць. Поняття робочого місця. Фактори, що впливають на формування робочих місць. Класифікація робочих місць. Організація робочого місця. Суть і значення нормування праці. Об'єкти та предмет нормування праці. Завдання, функції, принципи нормування праці. Норми і нормативи в організації нормування праці. Нормативи витрачання праці та норми витрат часу. Система норм праці.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Тема 5. Побудова виробничої структури підприємства

Характеристика виробничої структури підприємства. Основні структурні підрозділи. Фактори, що визначають виробничу структуру. Методи формування та вибору виробничої структури. Основні структури апарату управління та їх функції. Склад основних і допоміжних цехів і обслуговуючих господарств підприємства. Основні групи структурних підрозділів. Технологічна та предметна форма організації цехів. Характеристика основних та допоміжних цехів. Характеристика обслуговуючих господарств. Спеціалізація виробничих ділянок. Допоміжні та обслуговуючі ділянки.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Тема 6. Організація виробничого процесу у часі

Виробничий цикл і його структура. Виробничий процес, його види та елементи. Поняття виробничого циклу. Виробничий цикл простого процесу. Види руху предметів праці по операціях процесів. Послідовний вид руху. Паралельний вид руху. Паралельно-послідовний вид руху. Заходи щодо скорочення виробничого циклу. Виробничий цикл складного процесу. Структура виробничого циклу складного процесу. Шляхи й ефективність скорочення виробничого циклу. Зниження трудомісткості. Застосування процесів транспортування, складування і контролю. Підвищення ступеня паралельності виконуваних робіт.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Тема 7. Організація допоміжних виробництв та обслуговуючих господарств

Зміст і завдання організації технічного обслуговування виробництва. Підрозділи інфраструктури та їх функції. Організація інструментального господарства. Основні завдання інструментального господарства. Організація ремонтної служби підприємства. Завдання та функції ремонтного господарства. Структура ремонтного господарства підприємства. Напрями вдосконалення ремонтного господарства. Організація енергетичного господарства. Організація транспортного господарства. Організація складського господарства.

Література [4, 5, 6, 7, 8].

Змістовий модуль 2. Організація торгівлі

Тема 8. Організаційні засади торгівлі

Зміст організації торгівлі. Загальна характеристика торгівлі як системи. Елементи та суб'єкти системи. Основні принципи організації в торгівлі. Організаційні моделі в роздрібній торгівлі. Організаційні структури оптових підприємств

Література [1, 2, 3, 9].

Тема 9. Організація товаропостачання і доставки товарів

Суть товаропостачання, зміст і основні вимоги до його організації. Вимоги і принципи організації товаропостачання. Джерела товаропостачання та їх вибір. Методи товаропостачання. Визначення потреби в товарах, точки замовлення і порядок оформлення замовлення. Організація централізованого завезення товарів. Суть і зміст централізованого методу товаропостачання. Технологічні аспекти організації процесу товаропостачання

Література [1, 2, 3, 9].

Тема 10. Організація оптової торгівлі.

Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності. Суть і завдання оптової торгівлі. Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Види оптових підприємств та їх класифікація. Складське господарство оптового підприємства. Зміст торгово-технологічного процесу складу і принципи його раціональної організації. Загальні засади організації розвантажування транспортних засобів. Загальні засади приймання товарів за кількістю та якістю. Товарні запаси торговельного підприємства, їхнє призначення та класифікація. Організація оптових закупівель товарів. Форми і методи закупівель товарів.

Література [1, 2, 3, 9].

Тема 11. Організація роздрібною торгівлі.

Організація та розвиток роздрібною торгівлі. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців. Концентрація і спеціалізація роздрібною мережі. Територіальне розміщення роздрібною мережі. Вибір місця розташування. Ефективність функціонування роздрібною мережі. Функціональні приміщення магазинів, основні групи приміщень та їх планування. Правила розміщення товарних груп.

Література [1, 2, 3, 9].

Тема 12. Особливості організації роботи роздрібних торговельних підприємств

Торгово-технологічний процес роздрібного торговельного підприємства, суть та принципи його організації. Технологія приймання та зберігання товарів. Підготовка товарів до продажу. Дизайн та імідж роздрібного торговельного підприємства. Розміщення та викладка товару. Ефективність використання торгових площ.

Література [1, 2, 3, 9].

Тема 13. Формування асортименту роздрібних торговельних підприємств

Завдання вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах. Методи вивчення попиту населення. Формування товарного асортименту та його оптимізація. Поняття і класифікація асортименту товарів. Розробка асортиментної концепції. Маркетингові характеристики асортименту. Суть оптимізації асортименту.

Література [1, 2, 3, 9].

Тема 14. Організація продажу товарів роздрібних торговельних підприємств

Форми і методи продажу. Магазинна та поза магазинна форма продажу товарів. Сучасні методи активізації продажу в роздрібній торгівлі. Психологічні аспекти процесу продажу. Дослідження поведінки покупців. Електронна торгівля, її суть та зміст.

Література [1, 2, 3, 9].

ЗАВДАННЯ ТА ТЕСТИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

ТЕМА № 8. Організаційні засади торгівлі

Питання для самостійного опрацювання

1. Визначити поняття і суть організації торгівлі.
2. Сформулювати предмет і об'єкт «Організації торгівлі».
3. Охарактеризувати торгівлю як систему.
4. Охарактеризувати та суб'єкти системи.
5. Назвіть різницю між «оптовою торгівлею» та «роздрібною торгівлею».
6. Охарактеризуйте роль торгівлі у реалізації державної економічної політики.
7. Які торговельні операції передбачаються при здійсненні торгівлі?
8. Охарактеризуйте тенденції торгівлі в Україні.

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 8.1.

На основі існуючої нормативно законодавчої бази сформулюйте термінологічний апарат за допомогою таблиці 8.1.

Таблиця 8.1 – Визначення понять у сфері торгівлі (згідно з ДСТУ 4303:2004)

Термін	Визначення	Англійський термін
1. Торгівля		
2. Оптова торгівля		
3. Роздрібна торгівля		
4. Посередницька торгівля		
5. Дилер		
6. Консигнатор		
7. Комівояжер		
8. Торговельний об'єкт		
9. Тип магазину		
10. Торговельно-технологічний процес		
11. Торговельне місце		
12. Торговельна діяльність		
13. Внутрішня торгівля		
14. Торговельна послуга		
15. Умовний продаж		
16. Електронна торгівля		
17. Товарний аукціон		
18. Вантаж		
19. Товарорух		

Завдання 8.2.

На основі статистичних даних визначте розподіл торговельних підприємств за організаційними формами суб'єктів господарювання в регіоні та порівняйте його із загальноукраїнським розподілом (табл. 8.2).

Таблиця 8.2 – Кількість підприємств, які здійснювали діяльність із роздрібною торгівлі в Україні за організаційними формами суб'єктів економіки на 1 січня 2021 року

Організаційна форма	Усього підприємств, шт.	Питома вага, %
Товариство з обмеженою відповідальністю	5963	49,4
Приватне підприємство	2667	22,1
Споживче товариство	1197	9,9
Комунальне підприємство	363	3
Підприємство споживчої кооперації	362	3
Акціонерне товариство	362	3
Інші	1153	9,6
Всього	12067	100,0

Завдання 8.3.

Проведіть аналіз динаміки забезпеченості населення України підприємствами роздрібною торгівлі за даними таблиці 8.3.

Таблиця 8.3 – Забезпеченість населення України підприємствами роздрібною торгівлі

Роки	Кількість магазинів, шт.	Торгова площа, тис.м ²	Чисельність населення, тис. осіб	Забезпеченість на 10000 осіб	
				об'єктами торгівлі	торговою площею в магазинах, м ²
1	48000	8431	45962,9		
2	48383	9013	45778,5		
3	47234	9294	45633,6		
4	45519	9419	45553,0		
5	38621	7753	45426,2		
6	38481	7720	42929,3		
7	38439	7698	42584,5		
8	32662	7031	42386,4		

Тести

1. Торговля – це діяльність людей, яка спрямована на:
- вивчення споживчого попиту та його задоволення;
 - здійснення актів купівлі-продажу товарів;
 - реалізацію товарів великими партіями;

г) сукупність господарських операцій, спрямованих на обслуговування процесу обміну.

2. До основних функцій торгівлі належать:

- а) комплексне дослідження ринку;
- б) формування торговельного асортименту;
- в) купівля-продаж цінних паперів;
- г) правильні відповіді «а» і «б».

3. За якою ознакою не класифікують ринки?

- а) формою власності;
- б) товарною спеціалізацією;
- в) періодом функціонування;
- г) усі відповіді правильні.

4. На споживчому ринку господарюючими суб'єктами торгівлі не можуть бути:

- а) продавці;
- б) товари і послуги;
- в) конкуренти;
- г) постачальники.

5. До основних елементів організаційної структури торгівлі належать:

- а) підсистеми торгівлі;
- б) торговельні об'єкти;
- в) управлінські органи, підрозділи, служби;
- г) усі відповіді правильні.

6. Торговельні підприємства поділяються на підприємства роздрібної і оптової торгівлі залежно від:

- а) характеру діяльності і форм власності;
- б) призначення і характеру діяльності;
- в) функцій і форм власності;
- г) місця розташування.

7. До підприємств, діяльність яких спрямована тільки на реалізацію товарів кінцевим споживачам належать:

- а) роздрібні;
- б) оптові;
- в) сумісні;
- г) посередницькі.

ТЕМА № 9. Організація товаропостачання і доставки товарів

Питання для самостійного опрацювання

1. У чому суть і якими є завдання процесу товаропостачання?
2. Які вимоги ставляться до організації товаропостачання в сучасних умовах? На яких принципах воно має здійснюватися?
3. Які форми товаропостачання застосовуються у торговельній практиці? Охарактеризуйте їх основні переваги та вади.
4. Які методи товаропостачання можуть застосовуватись у практиці вітчизняної торгівлі і якими є їх основні переваги та вади?
5. У яких випадках доцільним є застосування окремих методів товаропостачання?
6. Яким є порядок визначення потреби і подання замовлень на завезення товарів?

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 9.1

Дослідіть процес товаропостачання в роздрібній торгівлі. Підприємство вибрати самостійно, вибір погодити з викладачем.

Процес товаропостачання в роздрібній торгівлі передбачає 7 етапів:

1. Визначення потреби в товарах, раціональної частоти їх доставки, оптимальних розмірів партій завезення.
 2. Вибір джерел, форм і методів товаропостачання.
 3. Оформлення замовлення на постачання товарів.
 4. Встановлення схем постачання.
 5. Організація доставки товарів у магазин.
 6. Укладання угод на постачання товарів та контроль за їх виконанням.
 7. Приймання товарів і його документальне оформлення.
- Виконати поетапний аналіз.

Завдання 9.2

Прийміть рішення щодо вибору каналу руху товару за критерієм ефективності, виходячи з наступних даних:

- канал нульового рівня: витрати, пов'язані з утриманням власної роздрібно-торговельної мережі, складають 150 тис. грн; витрати обігу – 100 тис. грн; прибуток від реалізації – 500 тис. грн;
- однорівневий канал: витрати обігу – 75 тис. грн; прибуток 100 тис. грн;
- дворівневий канал: витрати обігу – 40 тис. грн; прибуток 120 тис. грн.

Завдання 9.3

Визначити оптимальний розмір партії товарів, що надходять у роздрібну торговельну мережу (табл. 9.1).

Таблиця 9.1 – Вихідні дані

Показники	Одиниці виміру	Значення показника
1. Обсяг товарів, що підлягає завезенню	тис. грн	500
2. Вартість зберігання 1 тис. грн товарних запасів	тис. грн	0,75
3. Витрати на завезення однієї партії товару	тис. грн	0,37

Визначити

- оптимальний розмір партії товару, що замовляється;
- витрати на транспортування партії товарів;
- витрати на зберігання партії товарів;
- загальні витрати на транспортування та зберігання партії товарів.

За допомогою табличного процесору Excel побудувати графіки залежності витрат на зберігання товарного запасу, витрат на транспортування партії товарів, загальних витрат на зберігання та транспортування партії товару від розміру замовлення;

З'ясувати, як вплине на загальні витрати на транспортування та зберігання партії товару помилка у визначенні оптимального розміру замовлення на 20%.

Тести

1. Товаропостачання роздрібною торговельною мережі – це:
 - а) необхідна передумова доведення товарів від виробництва до споживання, задоволення попиту населення та реалізації товарів;
 - б) комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібною торговельною мережі в кількості та асортименті, що відповідають попиту населення;
 - в) завезення товарів, що здійснюються відповідно до попиту населення і встановленого для магазину асортиментного переліку.

2. Які основні заходи виділяються у товаропостачанні роздрібною торговельною мережі?

- а) визначення потреби в товарах; вибір джерел товаропостачання і постачальників товарів; встановлення раціональних схем постачання; укладення угод на постачання товарів (договорів поставки, купівлі-продажу товарів), тощо;
- б) рівень управління процесом товаропостачання; кваліфікація працівників, які визначають потребу в товарах; достовірність комерційної інформації, тощо;

в) чітко розроблена система товаропостачання має забезпечувати мінімальні витрати по завезенню і зберіганню товарів.

3. Що передбачає транзитна форма товаропостачання?

а) виконання транспортно-і експедиційних операцій силами і засобами роздрібних торговельних підприємств, тобто всі операції з завезення товарів від складів постачальників починаючи з пошуку транспорту, роздрібні підприємства виконують самостійно;

б) застосування методу товаропостачання, яке веде до відволікання працівників роздрібних торговельних підприємств від виконання основних функцій з обслуговування покупців (у магазинах з одним продавцем застосування цього методу викликає необхідність тимчасового закриття на час, необхідний для поїздки за товарами);

в) завезення товарів безпосередньо від їх виробників (промислових або сільськогосподарських підприємств) у роздрібну торговельну мережу, оминаючи склади роздрібних торговельних підприємств.

4. Для визначення потреби в товарах для торговельних підприємств можуть застосовуватися такі методи:

а) екстраполяція динамічних рядів продажу товарів;

б) метод, що ґрунтується на використанні наявних даних про зміни попиту споживачів на ринку;

в) метод визначення мінімальної частоти доставки товарів;

г) використання коефіцієнта еластичності, нормативний метод та ін.

5. Точка замовлення – це:

а) система з постійним рівнем запасів;

б) розмір запасу, за якого подається замовлення на завезення товару;

в) система з фіксованим розміром замовлення і система з постійним рівнем замовлення.

6. У практиці вітчизняної торгівлі, як правило, замовлення на постачання продовольчих та непродовольчих товарів подаються за:

а) на продовольчі товари – за 2 дні до їх завезення, на непродовольчі товари – за 1-3 дні;

б) на продовольчі товари – за 3 дні до їх завезення, на непродовольчі товари – за 1-2 дні;

в) на продовольчі товари – за 1 день до їх завезення, на непродовольчі товари – за 2-3 дні.

7. Важливою передумовою правильної організації товаропостачання є:

а) розробка карти-схеми, на якій умовними знаками позначаються джерела надходження товарів, пункти їх завезення і всі транспортні шляхи, якими можуть завозитися товари;

б) визначення раціональної частоти доставки й оптимальних розмірів партій завезення товарів, оформлення замовлення на постачання товарів, встановлення схем постачання;

в) формування переліку товарів, що мають централізовано завозитися в роздрібну торговельну мережу, встановлення мінімальних норм їх відвантаження, розрахунок вантажообігу, оптимальних розмірів партій і частоти завезення товарів, потреби у транспортних засобах і багатооборотній інвентарній тарі, розроблення раціональних маршрутів доставки товарів.

8. Ефективність системи товаропостачання залежить від:

- а) прийнятих технологічних рішень;
- б) раціональної частоти доставки;
- в) формування переліку товарів.

9. Основними завданнями інформаційно-диспетчерських служб є:

а) підвищення відповідальності працівників магазинів, оптових баз, підприємств за організацію товаропостачання торговельної мережі; визначення переліку осіб, відповідальних за централізоване завезення і встановлення системи матеріальної відповідальності сторін за дотримання умов, визначення порядку документообігу і проведення взаєморозрахунків сторін, проведення інструктажу всіх учасників процесу товаропостачання;

б) оперативний контроль за забезпеченістю магазинів товарами, особливо повсякденного попиту і достатнього асортименту; організація ритмічного завезення товарів згідно з договорами, замовленнями і графіками;

в) формування переліку товарів, що мають централізовано завозитися в роздрібну торговельну мережу, встановлення мінімальних норм їх відвантаження, розрахунок вантажообігу, оптимальних розмірів партій і частоти завезення товарів, потреби у транспортних засобах і багатооборотній інвентарній тарі, розроблення раціональних маршрутів доставки товарів.

10. Хто має право запропонувати встановлення зв'язків і укладення договору поставки товарів:

- а) оптовий покупець;
- б) виробник;
- в) будь-який з партнерів;
- г) Міністерство економіки України.

11. Хто має право (відповідно до міжурядової угоди) визначати ціни і порядок розрахунків в договорах поставки, наприклад, взуття, яке поставлятиметься виробничим підприємством Польщі:

а) на основі взаємної згоди виробника-постачальника і оптового покупця;

- б) оптовий покупець;
- в) виробник – постачальник;
- г) споживач.

12. На яких принципах в сучасних умовах переважно базуються господарські зв'язки торгівлі з виробництвом:

- а) на основі вільного вибору партнерів, самостійного визначення ними об'єму купівлі-продажу товарів, їх асортименту, умов поставки;
- б) на основі централізовано-певного виробника і укладеного з ним державного контракту або замовлення;
- в) на основі централізовано-розподілених товарних ресурсів;
- г) на основі централізовано-певного виробника і постачальника товарів.

Тема № 10. Організація оптової торгівлі

Питання для самостійного опрацювання

1. Дайте визначення поняття «оптова торгівля».
2. Охарактеризуйте оптовий ринок. Які основні види оптової торгівлі існують?
3. Назвіть види оптових підприємств, що функціонують на товарному ринку.
4. Які функції оптових торговельних підприємств?
5. Що таке оптові закупівлі товарів?

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 10.1.

Розподіліть вказані функції оптових підприємств на такі види:

1. Організаційні функції.
2. Реалізаційні функції.
3. Торгово-посередницькі функції.
 - вивчення та визначення поточної і перспективної потреби в товарній продукції підприємств, організацій регіону, району, міста, галузі;
 - посередництво в збуті товарної продукції;
 - сприяння кооперації підприємств і завантаженню їх вільних потужностей;
 - маркетингові дослідження;
 - виявлення та реєстрація потенційних постачальників товарів;
 - участь в оптових ярмарках, виставках, аукціонах.
 - укладення з постачальниками, покупцями договорів на постачання товарної продукції й надання послуг;
 - виконання умов договорів;
 - забезпечення приймання, збереження і складської переробки товарної продукції;
 - ведення розрахунків з постачальниками, покупцями, транспортними організаціями за товарну продукцію, що поставляється і реалізується;
 - суворе дотримання складського технологічного процесу;
 - ведення кількісного, асортиментного, номенклатурного обліку товарів на складах;
 - визначення за участю споживачів оптимальних форм і методів їх товарного забезпечення;
 - створення достатніх і комплектних товарних запасів;
 - обмеження або припинення випуску продукції, що не має попиту;
 - оформлення й організація комерційно-господарських зв'язків;
 - реалізація товарної продукції з використанням сучасних форм і методів;
 - придбання і реалізація товарної продукції;
 - виявлення, обмін, реалізація невживаної продукції, відходів виробництва і споживання, некондиційних матеріалів.

Завдання 10.2.

Завершіть характеристику оптових магазинів.

1. За приналежністю розрізняють:

- оптові магазини, що є незалежною юридичною особою;
- оптові магазини, що входять у виробничу структуру комерційно-посередницької фірми;
- фірмові оптові магазини, що є структурним підрозділом.

2. За товарно-галузевою ознакою оптові магазини поділяються на:

- універсальні магазини;
- спеціалізовані магазини;
- комбіновані магазини.

3. За принципом дії виділяють два типи оптових магазинів:

- стаціонарні;
- пересувні.

Завдання 10.3.

Оберіть правильне визначення терміна

1. Оптовий ринок	Допоміжне підприємство в торгівлі, що обслуговує утворення концентрованих запасів товарів і відповідне перетворення товарних потоків, які йдуть зі сфери виробництва у сферу споживання, і забезпечує безперервне постачання роздрібних торговельних організацій і підприємств
2. Оптові підприємства	Великі оптові формування дилерсько-дистрибуторського типу з розгалуженою складською мережею і відпрацьованою асортиментно-збутовою стратегією
3. Незалежні оптові торговці	Торговельні підприємства, що спеціалізуються на здійсненні оптових закупівель великих партій товарів, проведенні складських торговельно-технологічних операцій і подальшій реалізації (збуті) цих товарів у кількостях, адаптованих відповідно до замовлень їх оптових покупців
4. Оптові торговельні агенти	Найдрібніші за потенціалом і функціями формування, що діють від імені і за кошт клієнта (принципала). Типовими різновидами оптових агентів є консигнатори і комісіонери як у внутрішній, так і зовнішній торгівлі
5. Товарний склад	Сукупність попиту, пропозиції і цін на матеріальні блага, що обмінюються між суб'єктами різних сфер товарного виробництва з метою подальшої реалізації, продовження виробничого циклу або забезпечення суспільних потреб

6. Система господарських зв'язків	Комплекс взаємозв'язаних управлінських і комерційних рішень та торгових операцій, виконанням яких забезпечується виявлення і вивчення попиту споживачів відповідно до потреб суспільства, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачання товарів, укладання договорів постачання з метою визначення порядку і механізму виконання замовлень та контроль за надходженням товарів і додержанням сторонами умов договору
7. Оптові закупівлі	Ринкова установа некомерційного типу, що функціонує як елемент інфраструктури оптового ринку для обслуговування його потреб у забезпеченні обороту великими партіями товарів (сировини) способом регулярного проведення особливим чином організованого торгу
8. Організація оптових закупівель	Впорядкована сукупність господарських зв'язків суб'єктів ринку, притаманна певному рівневі розвитку виробничих і ринкових відносин, що склались у суспільстві на певному етапі його розвитку
9. Оптовий ярмарок	Форма організації оптового торгу, основним призначенням якого є забезпечення безпосередніх комерційних переговорів між постачальниками і оптовими покупцями з метою остаточного узгодження й підписання текстів договорів поставки в асортименті, узгодженому на основі конкретних зразків, каталогів, проспектів тощо

Завдання 10.4.

Оберіть правильне визначення терміна

Оптові магазини	Оптові підприємства, що здійснюють оптову торгівлю за свій рахунок із залученням кредитів, як з власних складів, так і зі складів виробників та інших оптових посередників
Комерційно-посередницькі фірми	Це підприємства, що організаційно об'єднують склади, спеціалізовані за технічними ознаками продукції, що переробляється, з єдиними енергетичними, транспортними й іншими комунікаціями, а також централізованими експедиційними й допоміжними службами та апаратом управління, що організує складування і відвантаження продукції
Торгові доми	Оптові підприємства, максимально наближені до покупців продукції
Торгові і промислові агенти	Особливі ринки, створені в певних місцях для продажу товарів, що мають індивідуальні властивості, шляхом публічних торгів

Оптові бази	Великі торговельні підприємства, організації, найважливішою особливістю яких є активне проникнення в сферу виробництва товарів, організація кооперації виробництва товарів, участь у кредитно-фінансових операціях, здійснення експортно-імпортних операцій за широкою номенклатурою товарів і послуг.
Комівояжери	Організовані ринки біржових товарів зі встановленими правилами прийому, фіксованим членством
Дилерські контори	Періодично організовані у встановленому місці короткочасні оптові ринки на основі огляду зразків товарів.
Брокерські контори	Посередницькі торговельні підприємства, що діють на користь своїх клієнтів за їх рахунок (одержуючи при цьому комісійну винагороду) й у своїх власних інтересах за свій рахунок
Товарні біржі	Посередницькі підприємства (юридичні або фізичні особи), що здійснюють за свій рахунок і від свого імені операції з перепродажу товарів
Аукціони	Роз'їзні представники торгових фірм, що пропонують покупцям товари за зразками, які є у них, або за каталогами
Ярмарки-виставки	Особи, що діють за дорученням торгових (промислових) підприємств або інших осіб як посередники в збуті товарів або їх рекламі на підставі угоди за фіксовані комісійні

Завдання 10. 5.

Охарактеризуйте основні форми посередницького підприємства за допомогою таблиці 10.1.

Таблиця 10.1 – Характеристика форм посередницького підприємства

Параметри для порівняння	Агентування	Торгово-комерційна діяльність	Аукціонна торгівля	Біржова діяльність
Загальна характеристика				
Масштаб та сфери використання				
Формування винагороди посередника				
Суб'єкти				
Форма врегулювання взаємовідносин				

Тести

1. Оптовий ринок – це:

а) торговельні підприємства, що спеціалізуються на здійсненні оптових закупівель великих партій товарів, проведенні складських торговельно-технологічних операцій і подальшій реалізації (збуті) цих товарів у кількостях, адаптованих відповідно до замовлень їх оптових покупців;

б) сукупність попиту, пропозиції і цін на матеріальні блага, що обмінюються між суб'єктами різних сфер товарного виробництва з метою подальшої реалізації, продовження виробничого циклу або забезпечення суспільних потреб;

в) продаж товарів роздрібним торговим підприємствам дрібними підсортованими партіями, що відправляються поштовими посилками.

2. Основні види оптової торгівлі:

а) торгівля засобами виробництва, торгівля продовольчими товарами, торгівля транспортними засобами, торгівля послугами, торгівля непродовольчими товарами, торгівля не переробною сільськогосподарською продукцією;

б) торгівля продовольчими товарами, торгівля непродовольчими товарами;

в) торгівля засобами виробництва, торгівля транспортними засобами.

3. Оптова торгівля – це:

а) включає в себе попит пропозиції та ціни матеріальних благ, що скеровуються на особисте споживання окремих індивідів або домогосподарств;

б) продаж товарів роздрібним торговим підприємствам дрібними підсортованими партіями, що відправляються поштовими посилками;

в) усі види діяльності, пов'язані з продажем товарів та послуг тим, хто перепродає їх або користується в корпоративних цілях.

4. Незалежні оптові торговці – це:

а) діють від власного імені і за власний кошт, повністю переймаючи на себе право власності на матеріальні блага. Зазвичай, це великі оптові формування дилерсько-дистриб'юторського типу з розгалуженою складською мережею і відпрацьованою асортиментно-збутовою стратегією;

б) діють від власного імені, але за кошт клієнта. Такі формування брокерського типу спеціалізуються на обслуговуванні потреб у закупівлі або збуті конкретних товарів, використовуючи з цією метою власні або орендовані ресурси;

в) найдрібніші за потенціалом і функціями формування, що діють від імені і за кошт клієнта (принципала). Типовими різновидами оптових агентів є консигнатори і комісіонери як у внутрішній, так і зовнішній торгівлі.

5. Оптові торговельні посередники – це:

а) найдрібніші за потенціалом і функціями формування, що діють від імені і за кошт клієнта (принципала). Типовими різновидами оптових агентів є консигнатори і комісіонери як у внутрішній, так і зовнішній торгівлі;

б) діють від власного імені, але за кошт клієнта. Такі формування брокерського типу спеціалізуються на обслуговуванні потреб у закупівлі або збуті конкретних товарів, використовуючи з цією метою власні або орендовані ресурси;

в) діють від власного імені і за власний кошт, повністю переймаючи на себе право власності на матеріальні блага.

6. Оптові торговельні агенти – це:

а) діють від власного імені і за власний кошт, повністю переймаючи на себе право власності на матеріальні блага;

б) діють від власного імені, але за кошт клієнта. Такі формування брокерського типу спеціалізуються на обслуговуванні потреб у закупівлі або збуті конкретних товарів, використовуючи з цією метою власні або орендовані ресурси;

в) найдрібніші за потенціалом і функціями формування, що діють від імені і за кошти клієнта (принципала).

7. Комерційними функціями оптових торговців є:

а) вивчення кон'юнктури й окремих сегментів товарного ринку; планування, організація і проведення оптових закупівель товарів; організація товаропостачання і здійснення оптового продажу; оперативне управління товарними запасами; створення системи надання до і після-реалізаційних послуг; рекламно-інформаційне забезпечення гуртової торгівлі;

б) організація товаропостачання і здійснення оптового продажу; організація і проведення оптових закупівель товарів;

в) рекламно-інформаційне забезпечення гуртової торгівлі.

8. Товарний склад – це:

а) допоміжне підприємство в торгівлі, що обслуговує утворення концентрованих запасів товарів і відповідне перетворення товарних потоків, які йдуть зі сфери виробництва у сферу споживання, і забезпечує безперебійне постачання роздрібних торговельних організацій і підприємств;

б) великі за розмірами оптові склади з розширеним асортиментом товарів, які обслуговують своїх постійних клієнтів (членів) за зниженими дисконтними цінами або обумовлюють суму знижки загальною вартістю покупки;

в) здебільшого невеликі оптово-роздрібні підприємства, які функціонують на засадах складу-магазину, реалізуючи одночасно і дрібно-роздрібні партії, і одиничні товари.

9. Точка беззбитковості – це:

- а) мінімальний рівень рентабельності оптового підприємства;
- б) обсяг оптового товарообігу, за якого валовий дохід оптовика вирівнюється за сумою з поточними витратами;
- в) рівень змінних витрат підприємства.

10. Що впливає на розміщення оптових підприємств:

- а) кількість населення та стан роздрібно-торговельної мережі;
- б) рівень розвитку транспортних шляхів сполучення в регіоні;
- в) функціональний рівень оптового формування і зона його діяльності, типорозмір; номенклатура товарних груп основної спеціалізації, стан роздрібно-торговельної мережі та обсяги її діяльності в зоні обслуговування, рівень розвитку транспортних шляхів сполучення в регіоні.

11. Система господарських зв'язків – це:

- а) комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібно-торговельної мережі в кількості та асортименті, що відповідають попиту населення;
- б) впорядкована сукупність господарських зв'язків суб'єктів ринку, притаманна певному рівневі розвитку виробничих і ринкових відносин, що склались у суспільстві на певному етапі його розвитку;
- в) тип розміщення торговельних підприємств і одиниць, що передбачає поєднання в одному будинку або в комплексі споруд різних за видами, типами, основною спеціалізацією, формами власності суб'єктів роздрібного торговельного середовища.

12. Оптові закупівлі – це:

- а) придбання товарів великими партіями з метою їх подальшого перепродажу;
- б) сукупність засобів і методів продажу товарів, за допомогою яких здійснюється торговельне обслуговування населення;
- в) продавці пропонують різні цінові умови для різноманітних покупців у межах однієї й тієї ж торговельної групи.

13. Організація оптових закупівель – це:

- а) складний комплекс взаємозв'язаних операцій комерційного і технологічного характеру, які здійснюються над товарами на складах оптових та/або роздрібних торговельних підприємств;
- б) головний момент, який фактично скріплює відносини між продавцем і покупцем, які до цього моменту залишалися усними, номінальними;
- в) комплекс взаємозв'язаних управлінських і комерційних рішень та торговельних операцій, виконанням яких забезпечується виявлення і вивчення

попиту споживачів відповідно до потреб суспільства, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачання товарів, укладання договорів постачання з метою визначення порядку і механізму виконання замовлень та контроль за надходженням товарів і додержанням сторонами умов договору.

14. Оптові підприємства можуть закуповувати товари із різних джерел, якими є:

а) промислові і сільськогосподарські підприємства, місцева промисловість, індивідуальні виробництва; оптово-посередницькі структури;

б) оптові бази; іноземні фірми і компанії;

в) усі відповіді правильні;

г) немає жодної правильної відповіді.

15. Оптовий ярмарок – це:

а) торговельні підприємства, що спеціалізуються на здійсненні оптових закупівель великих партій товарів, проведенні складських торговельно-технологічних операцій і подальшій реалізації (збуті) цих товарів у кількостях, адаптованих відповідно до замовлень їх оптових покупців;

б) форма організації оптового торгу, основним призначенням якого є забезпечення безпосередніх комерційних переговорів між постачальниками і оптовими покупцями з метою остаточного узгодження й підписання текстів договорів поставки в асортименті, узгодженому на основі конкретних зразків, каталогів, проспектів тощо;

в) придбання товарів великими партіями з метою їх подальшого перепродажу.

16. Товарна біржа – це:

а) ринкова установа некомерційного типу, що функціонує як елемент інфраструктури оптового ринку для обслуговування його потреб у забезпеченні обороту великими партіями товарів (сировини) способом регулярного проведення особливим чином організованого торгу;

б) особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40-45 видами біржових товарів або цінними паперами;

в) самостійна юридична особа або структурний підрозділ певного господарського суб'єкта, що виконує комерційно-посередницькі функції на тій біржі, на якій вона зареєстрована і придбала право «брокерського місця».

17. Основними функціями товарних бірж є:

а) концентрація попиту і пропозиції в єдиному широковідомому і

загальнодоступному місці; поєднання великої кількості продавців і покупців у просторі і часі; установлення максимально об'єктивних цін на товари під впливом попиту і пропозиції;

б) мінімізація комерційного ризику для суб'єктів торгівлі при здійсненні угод; здійснення стандартизації якісних параметрів товарів та змісту контрактів; вирішення суперечок, пов'язаних із внутрішньо-біржовими контрактами;

в) усі відповіді правильні;

г) немає жодної правильної відповіді.

18. Брокерська контора – це:

а) особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40-45 видами біржових товарів або цінними паперами;

б) майновий комплекс, технологічно оснащений для забезпечення комерційних, торговельно-оперативних та торгово-технологічних процесів;

в) самостійна юридична особа або структурний підрозділ певного господарського суб'єкта, що виконує комерційно-посередницькі функції на тій біржі, на якій вона зареєстрована і придбала право «брокерського місця».

19. Договір – це:

а) правовий акт, що забезпечує правовий захист інтересів сторін, а значить, потребує творчого поєднання використання законодавчої бази і принципу: дозволено все, що не заборонено законом;

б) документ, який не має юридичної сили;

в) угоди з купівлі-продажу права на майбутню купівлю-продаж за встановленою ціною товарів або контрактів на поставку товарів.

ТЕМА № 11. Організація роздрібно́ї торгівлі

Питання для самостійного опрацювання

1. Назвіть складові елементи роздрібно́ї торговельно́ї мережі.
2. Що ви розумієте під поняттям «торговельна діяльність». Які функції торгівлі?
3. Охарактеризуйте за основними параметрами такі формати: гіпермаркет, супермаркет, міні-маркет.
4. Охарактеризуйте організаційно-господарський процес роздрібних торгових підприємств.
5. Шляхи розвитку роздрібно́ї торговельно́ї мережі.
6. Назвіть галузі у складі комплексу товарів споживчого призначення.
7. Показники кількісного і якісного складу роздрібно́ї торговельно́ї мережі.

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 11.1.

Визначте рівень спеціалізації роздрібно́ї торговельно́ї мережі в районі, якщо відомо:

- загальна кількість магазинів, що функціонують в районі – 132 од.;
- кількість спеціалізованих магазинів, що здійснюють свою діяльність в районі – 21 од.;
- роздрібний товарообіг магазинів району – 11645 тис. грн;
- роздрібний товарообіг спеціалізованих магазинів району – 3045 тис. грн.
- загальна торгова площа магазинів району – 4963,6 м²;
- торгова площа спеціалізованих магазинів району – 1302 м².

Завдання 11.2.

На основі статистичних даних проведіть структурний аналіз роздрібно́ї торгівлі в Україні у попередньому році за системами оплати придбання товарів:

- за готівку;
- через мережу Інтернет;
- за допомогою платіжних карток;
- за договорами банківського кредиту.

Завдання 11.3.

На основі статистичних даних проведіть структурний аналіз роздрібно́ї торгівлі в Україні у 2021 році залежно від спеціалізації магазинів. Здійсніть порівняльну характеристику. Відобразіть результати графічно.

Завдання 11.4.

Використовуючи наведені дані (табл. 11.1) проведіть аналіз динаміки стану роздрібно́ї торговельно́ї мережі в регіоні.

Таблиця 11.1 – Показники роздрібної торгівлі в регіоні

Показники	Попередній рік	Звітний рік
Всього підприємств торгівлі, од.	12	18
В т.ч. магазинів, од., з них	10	13
- промисловими товарами, од.	3	5
- продовольчими товарами, од.	7	8
Торгова площа магазинів, м ²	1400	1750
Чисельність населення, чол.	5500	5700
Норматив торгової площі на 1000 чол., м ²	240	260

Завдання 11.5.

На основі ДСТУ 4303:2004 сформулюйте термінологічний апарат щодо системи роздрібної торгівлі за допомогою таблиці 11.2 (не менше 5 термінів).

Таблиця 11.2 – Визначення понять у сфері роздрібної торгівлі

Термін	Визначення	Англійський термін

Тести

- Під роздрібною торговою мережею розуміють:
 - початкову ланку в процесі руху товарів до споживачів;
 - провідну ланку в процесі руху товарів до споживачів;
 - кінцеву ланку в процесі руху товарів до споживачів;
 - проміжну ланку в процесі руху товарів до споживачів.
- У чому полягає суть поняття «роздрібна торгова мережа»?
 - різні торгові підприємства, які реалізують товари народного споживання;
 - комплекс оптових та роздрібних підприємств, які пропонують перелік додаткових послуг;
 - сукупність роздрібних торгових підприємств, та торгових одиниць, які діють на певній території з ціллю продажу товарів кінцевим споживачам;
 - усі відповіді правильні.
- Яку функцію не виконує роздрібна торгова мережа?
 - зведення інтересів виробників та споживачів товарів;
 - вивчення попиту та пропозиції на конкретні види товарів;
 - надання споживачам широкого спектру додаткових послуг;
 - вивчення інформації про товарний ринок.

4. Основною функцією роздрібною торговою мережі є:
- а) пошук та закупівля товарів для роздрібною торгівлі;
 - б) формування необхідного асортименту товарів;
 - в) проведення операцій щодо установавання цін на товари;
 - г) усі відповіді правильні.

5. Структура роздрібною торговою мережі не може бути представлена таким видом підприємств, які:

- а) реалізують продовольчі на непродовольчі товари різних груп;
- б) характеризують питому вагу спеціалізованих магазинів у загальній їх кількості;
- в) реалізують великі оптові партії товарів;
- г) використовують прогресивні форми продажу товарів.

6. Співвідношенням яких видів підприємств представлена структура роздрібною торговою мережі?

- а) ті, що характеризують співвідношення торговою площі підприємств, розташованих у різних будинках;
- б) ті, що реалізують продовольчі та непродовольчі товари;
- в) які застосовують традиційні та прогресивні методи продажу товарів;
- г) усі відповіді правильні.

7. Роздрібною торговою мережу не класифікують за:

- а) розміром робочою площі;
- б) економічністю;
- в) ціновим рівнем товарів, що реалізується;
- г) об'ємно-планувальним рішенням.

8. Яка ознака класифікації роздрібною торговою мережі є основною?

- а) форма товарною специфікації;
- б) стаціонарність;
- в) сучасність методів продажу товарів;
- г) усі відповіді правильні.

9. Які існують сектори роздрібною торгівлі?

- а) міський;
- б) господарський;
- в) галузевий;
- г) персональний.

10. У галузевий сектор торгівлі входять:

- а) ринки;
- б) дрібно-роздрібною мережа;
- в) окремо-функціональні підприємства;
- г) усі відповіді правильні.

ТЕМА № 12. Особливості організації роботи роздрібних торговельних підприємств

Питання для самостійного опрацювання

1. Вкажіть, на які групи поділяють приміщення магазину за функціональним призначенням.
2. Які приміщення магазину мають центральне місце?
3. Що належить до приміщень для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу?
4. Для чого використовують підсобні приміщення?
5. Для чого використовують технічні приміщення?

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 12.1.

Оберіть правильне визначення терміна

1. Інтер'єр магазину	А. Приміщення для зберігання і ремонту тари, контейнерів, інвентарю для зберігання обладнання, пакувальних матеріалів для приймання посуду рекламно-оформлювальна майстерня тощо
2. Дизайн магазину	Б. Внутрішній простір будівлі або приміщення у будівлі, яке архітектурно й художньо оздоблене
3. До підсобних приміщень належить...	В. Художнє вирішення, яке забезпечує формування естетичних і функціональних властивостей даного об'єкта
4. До приміщень для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу належить...	Г. Розвантажувальні рампи приміщення для приймання товарів, комори. У продовольчих магазинах, крім того, можуть бути холодильні камери, приміщення для фасування, комплектування попередніх замовлень, експедиції для приймання товарів у нічний час

Завдання 12.2.

Порівняйте технологічні показники організації торгівлі на основі магазину з індивідуальною формою обслуговування («А») і магазину самообслуговування («Б»).

Таблиця 12.1 – Показники організації торгівлі в магазинах

Показник	«А»	«Б»
Загальна площа магазинів, м ² , в т.ч	850	850
торгівельна	350	450
Коефіцієнт установочної площі	0,17	0,21
Коефіцієнт виставочної площі	0,38	0,47
Кількість товарних одиниць на 1 м	61	80

Завдання 12.3.

В магазині реалізується чотири види йогуртів. Весь йогурт виставляється на двох стелажах та займає всього 6 м² виставочної площі. Доля йогуртів в товарообігу магазину становить 1,2 %. Розрахувати необхідні площі викладки товару (табл. 12.2).

Таблиця 12.2 – Необхідна площа викладки товару

Вид	Товарообіг по йогуртах, грн	Доля товару в товарообігу, %	Необхідна площа викладки, м ²
1	8100	50	
2	3240	20	
3	3240	20	
4	1620	10	
Всього	16200	100	6,0

Завдання 12.4.

Залежно від системи розміщення обладнання використовують різні види (моделі) технологічної планування торгового залу. Опишіть переваги та недоліки моделей планування. Наведіть приклади планування, представлені у магазинах м. Вінниця.

Тести

1. Яким основним вимогам мають відповідати сучасні торговельні підприємства?

- а) санітарно-гігієнічним;
- б) технологічним;
- в) архітектурно-будівельним;
- г) усім вищеназваним.

2. Яка вимога до торговельних підприємств передбачає оптимізацію матеріальних і трудових витрат у процесі їх експлуатації?

- а) економічна;
- б) архітектурно-будівельна;
- в) технологічна;
- г) ергономічна.

3. Яка вимога до торговельних підприємств передбачає раціональну організацію торгово-технологічного процесу?

- а) архітектурно-будівельна;
- б) економічна;
- в) технологічна;
- г) немає правильної відповіді.

4. До якої групи приміщень належать проходи і проїзди?

- а) підсобні;
- б) адміністративно-побутові;
- в) технічні;

г) зв'язку.

5. Яку групу приміщень становлять фасувальні?

- а) торгово-операційний зал;
- б) підготовка товарів до продажу;
- в) підсобні;
- г) технічні.

6. Яке приміщення в магазині несе основне навантаження?

- а) адміністративно-побутове;
- б) підсобне;
- в) торгово-операційний зал;
- г) приймання, зберігання і підготовки до продажу.

7. Яка площа належить до площі торговельного залу?

- а) проходів для покупців;
- б) установча;
- в) робочих місць продавців;
- г) всі вищеназвані.

8. Яка площа не належить до площі торговельного залу?

- а) площа розрахункового вузла;
- б) підготовки товарів до продажу;
- в) установча;
- г) робочих місць продавців.

9. Яка площа не належить до площі торговельного залу?

- а) демонстраційна;
- б) установча;
- в) проходів для покупців;
- г) правильної відповіді немає.

10. При продажу яких товарів доцільно застосовувати боксове планування торгового залу?

- а) бакалійних;
- б) ювелірних;
- в) гастрономічних;
- г) меблевих.

11. Технологічне проектування – це:

а) окрема галузь матеріального виробництва, яка виготовляє продукцію певного призначення при наявності професійного складу кадрів, спеціальних підприємств та органів управління;

б) процес удосконалення торговельного обслуговування населення на основі впровадження в торгівлю досягнень науково-технічного прогресу

при найбільш ефективному використанні наявних матеріальних, фінансових та трудових ресурсів;

в) творче осмислення, вибір найбільш оптимальних технологічних рішень, які забезпечують раціональну й ефективну побудову та взаємодію всіх елементів технологічного процесу.

12. Які вихідні дані необхідні для розробки технологічного проекту магазину:

- а) торгова площа магазину та асортимент товарів магазину;
- б) обсяг товарообігу та методи продажу товарів;
- в) всі показники перераховані вище.

13. Як називається графічне розміщення приміщень магазину на схемі технологічного планування:

- а) креслення;
- б) план;
- в) компоновка.

14. Як називається графічне зображення будівель і споруд та окремих їх частин, а також планування з вказівкою розміщення основного обладнання, схем електропостачання:

- а) техніко-економічне обґрунтування;
- б) креслення проекту;
- в) пояснювальна записка.

15. Як називається комплекс технічної та конструкторської документації, яка містить техніко-економічне обґрунтування, розрахунки, креслення, кошторис, пояснювальні записки та інші матеріали, які необхідні для будівництва або реконструкції підприємств, будівель, споруд:

- а) проект;
- б) будівництво;
- в) план капітальних вкладень;

16. Як називається документ, який входить до складу проекту, на основі якого визначається вартість будівництва, ліміт фінансування будівництва, розрахунки між замовниками та підрядчиками:

- а) техніко-економічне обґрунтування;
- б) кошторис;
- в) розрахунки.

17. При розміщенні продовольчого і непродовольчого магазинів в одній багатоповерховій будівлі торгові зали продовольчого магазину потрібно розміщувати на:

- а) першому поверсі, з метою зменшення вантажообігу;
- б) верхніх поверхах, з метою збільшення імпульсних;

в) всі способи перераховані вище.

18. Коефіцієнт компактності будівлі – це відношення:

- а) площі зовнішніх стін до корисної площі;
- б) площі зовнішніх стін і покриття до корисної площі;
- в) площі торгового залу до корисної площі.

19. Яке співвідношення сторін торговельних залів магазинів є найбільш раціональними:

- а) 1:2;
- б) 1:4;
- в) 1:5.

20. Торговельні зали магазинів мають бути технічно зв'язаними з:

- а) приміщеннями для приймання товарів;
- б) приміщеннями для зберігання товарів;
- в) адміністративно-побутовими приміщеннями;

21. Зона входу-виходу в магазинах, де продаж товарів здійснюється самообслуговуванням, розміщується:

- а) посередині фасаду;
- б) з лівого боку фасаду;
- в) з правого боку фасаду.

22. У яких межах має коливатися значення коефіцієнта демонстраційної площі для продовольчих магазинів самообслуговування:

- а) 0,55 – 0,65;
- б) 0,65 – 0,72;
- в) 0,70 – 0,90.

23. Кількість кабін контролерів-касирів у магазинах визначається:

- а) кількістю змін роботи магазину;
- б) пропускною спроможністю торговельного залу;
- в) площею торговельного залу.

24. Як називається площа торговельних приміщень магазину:

- а) установча;
- б) загальна;
- в) торгова.

25. Що являє собою сума площ, на яких розміщується торгово-технологічне обладнання, розташоване в торговельному залі магазину:

- а) установча площа;
- б) демонстраційна площа;
- в) торгова площа.

26. Які приміщення магазину мають бути безпосередньо пов'язані з приміщеннями для зберігання та підготовки товарів до продажу:

- а) торгові;
- б) службові;
- в) підсобні.

27. Яке планування торгового залу магазину передбачає розташування торгово-технологічного обладнання прямими лініями з утворенням проходів для покупців:

- а) боксове;
- б) лінійне;
- в) острівне.

28. Які послуги належать до передпродажних послуг в роздрібній торгівлі:

- а) упакування товарів;
- б) підготовка товарів до продажу;
- в) доставка товарів покупцю.

ТЕМА № 13. ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ РОЗДРІБНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.

Питання для самостійного опрацювання

1. Значення правильного формування асортименту товарів для повного задоволення потреб споживачів.
2. Суть, порядок, зміст та особливості формування асортименту товарів на торговельному підприємстві.
3. Фактори, що впливають на формування асортименту товарів на торговельному підприємстві.
4. Як визначають точку замовлення?
5. Що характеризує коефіцієнт стійкості асортименту?
6. Охарактеризуйте особливості формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі.

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 13.1.

Визначте точку замовлення та середній розмір запасів кондитерських товарів в магазині «Ласунчик» за таких умов:

- середньоденна реалізація кондитерських товарів у магазині – 30 кг;
- резервний запас – 10 кг;
- оптимальний розмір партії доставки, що забезпечує найменший розмір загальних витрат, – 210 кг;
- кондитерські вироби завозяться в магазин із оптової фірми «Світоч» один раз на тиждень.

Завдання 13.2.

Магазин «Солодощі», який належить кондитерській фірмі, здійснює торгівлю кондитерськими виробами. Згідно з асортиментним переліком у продажу має бути 320 найменувань кондитерських виробів. У березні працівники апарату управління провели 4 перевірки роботи магазину. Перевірками виявлено, що кількість кондитерських виробів, які фактично були в продажу на дату перевірки, становила відповідно 207, 188, 79, 101.

Розрахувати коефіцієнт стійкості асортименту кондитерських виробів.

Завдання 13.3.

Торговельна точка продає продукт А за ціною 32 грн/шт. Кількість днів, коли відсутній товар – 4. Середня кількість одиниць продукції, що продається за день, – 8 шт. Прибуток від одиниці продукції становить 25% від роздрібною ціни. Визначте недоотриманий прибуток через відсутність товару за тиждень та за рік.

Завдання 13.4.

Магазин «Культтовари» має торговельну площу 700 м² і реалізує товари широкої номенклатури через спеціалізовані секції. Відповідно до затвердженого обов'язкового асортиментного переліку товарів, у магазині повинно бути постійно в продажу 500 різновидів товарів. Протягом кварталу було здійснено три контрольні перевірки відповідності фактичної кількості різновидів, що є в продажу, до кількості різновидів, які передбачено асортиментним переліком. На момент перевірок у продажу були відсутні відповідно 118, 156, 170 видів товарів.

Визначте коефіцієнт стійкості видового асортименту товарів у магазині.

Завдання 13.5.

Оберіть правильний варіант відповіді щодо наведених визначень

Визначення	Варіанти відповідей
1. Процес підбирання і установаження номенклатури товарів за різними ознаками спрямований на задоволення попиту і забезпечення високої прибутковості підприємств торгівлі	1. формування асортименту 2. асортиментна політика 3. торговельний асортимент
2. Перелік товарів, які випускає конкретне виробниче підприємство	1. виробничий асортимент 2. торговельний асортимент 3. асортиментний мінімум
3. Комплекс заходів щодо управління асортиментом товарів	1. асортиментна політика 2. групування асортименту 3. регулювання асортименту
4. Перелік товарів, які реалізуються на підприємствах роздрібно торгівлі	1. асортиментний перелік 2. формування асортименту 3. торговельний асортимент

Завдання 13.6.

У магазині «Меблі» протягом кварталу було проведено 3 перевірки наявності затверджено асортименту товарів. Під час перевірки були відсутні: перша перевірка – 12 найменувань; друга перевірка – 9 найменувань; третя перевірка 8 найменувань.

Визначте коефіцієнт стійкості асортименту. Скільки різновидів товарів були відсутніми, якщо в наявності повинно бути 60 найменувань?

Тести

1. Виберіть товари, які можна включити в асортимент супутніх товарів магазину

- а) шкарпетки, шнурки, вкладні устілки;
- б) предмети догляду за взуттям: щітки, креми, бархатки;

- в) усі відповіді правильні.
2. Як визначається стійкість асортименту товарів?
- а) розробкою асортиментного переліку товарів;
б) за співвідношенням числа різновидів товарів до кількості товарних груп;
в) за співвідношенням кількості наявних різновидів товарів на момент проведення перевірки магазину до і кількості найменувань, передбачених асортиментним переліком для даного типу магазину.
3. Яке з наведених понять належить до показників рівня культури обслуговування?
- а) асортиментний перелік;
б) номенклатура товарів;
в) стійкість асортименту.
4. До асортименту плодоовочевих товарів спеціалізованою магазином запропонуйте непродовольчі товари супутнього асортименту:
- а) скляний посуд, керамічні вироби;
б) ножі, кришки, картоплечистки;
в) панчішно-шкарпеткові вироби, електролампочки.
5. За асортиментною спеціалізацією магазин «Дитячий світ» належать до магазинів...
- а) комбінованих;
б) спеціалізованих;
в) універсальних.
6. Відповідність товарного асортименту сезонним коливанням попиту досягається шляхом:
- а) розширення або скорочення асортименту окремих товарних груп;
б) тимчасового включення в асортимент товарів сезонного попиту;
в) все наведене вище.
7. Продаж товарів через прилавок ефективніший від самообслуговування при:
- а) забезпеченні магазинів широким асортиментом нефасованих товарів і низькій інтенсивності потоків покупців;
б) високій інтенсивності потоків покупців і широкому асортименті фасованих товарів;
в) високій інтенсивності потоків покупців і вузькому асортименті фасованих товарів.
8. Фірма розробляє послідовність етапів формування асортименту. З якого етапу необхідно починати?
- а) планування асортименту;
б) оцінки торговельного асортименту;
в) вивчення можливостей виробництва нових товарів;

г) визначення потреб споживачів.

9. Товарний асортимент характеризують за допомогою ознак:

- а) ширини, глибини, насиченості, гармонійності;
- б) глибини, ширини, стабільності, насиченості, безпеки;
- в) ширини, насиченості, безпеки, нешкідливості;
- г) глибини, ширини, стабільності, насиченості.

10. Зручно розташований магазин з обмеженим асортиментом і з тривалим часом роботи називається:

- а) черговий магазин;
- б) універсам;
- в) супермаркет;
- г) спеціалізований магазин.

11. Асортиментна політика – це:

- а) комплекс заходів щодо управління асортиментом товарів;
- б) завдання комерційних служб з вивчення та прогнозування ємності товарних ринків;
- в) перелік товарів, які реалізуються на підприємствах роздрібною торгівлі.

12. Чинники, що впливають на формування асортименту поділяються на:

- а) загальні і специфічні;
- б) контрольовані і неконтрольовані;
- в) об'єктивні і суб'єктивні.

13. Місце розташування роздрібною торговельної мережі є чинником:

- а) загальним;
- б) специфічним;
- в) циклічним;
- г) суб'єктивним.

15. З погляду технології процес формування асортименту товарів у магазинах поділяється на:

- а) на три етапи;
- б) на три розділи;
- в) на три групи;
- г) на три стадії.

16. Є види асортиментних переліків:

- а) приблизний, типовий, обов'язків;
- б) затверджений, довільний, добровільний;
- в) немає жодної правильної відповіді.

ТЕМА № 14. Організація продажу товарів роздрібних торговельних підприємств

Питання для самостійного опрацювання

1. Які магазинні форми продажу товарів ви знаєте? В чому полягає їх відмінність?
2. Охарактеризуйте та наведіть приклади позамагазинної форми.
3. Фактори, які впливають на структуру й організацію торгово-технологічного процесу магазинів.
4. Назвіть основні групи технологічних операцій, які виконуються в магазинах.
5. Які основні схеми технологічного процесу в магазинах?

Завдання для самостійного розв'язання

Завдання 14.1.

Оберіть правильне визначення терміна

1. Граничний термін зберігання	А. Технологічні операції, пов'язані з розміщенням, укладанням і показом товарів на торговому обладнанні або іншій площі торгового залу, яка використовується для демонстрації товарів
2. Торгово-технологічний процес	Б. Комплекс взаємозв'язаних послідовно виконуваних операцій, метою яких є доведення товарів належної якості до торговельного залу для реалізації їх покупцям у широкому асортименті з оптимальними затратами праці, часу і при високому рівні торговельного обслуговування.
3. Гарантійний термін зберігання	В. Час, протягом котрого товари мають бути реалізовані
4. Попередня підготовка товарів до продажу	Г. Комплекс операцій, які виконуються з товаром у магазині перед поданням його у торговий зал (до місць продажу) і спрямовані на доведення його до повної готовності для продажу покупцям
5. Викладання товарів	Д. Час, протягом якого підприємство-виробник несе відповідальність за якість виготовлених товарів за умови додержання встановлених правил зберігання

Завдання 14.2.

По магазину відомі такі дані:

- загальна кількість споживачів, що відвідали магазин за день – 1500 чол.;
- кількість покупців, які відвідали відділ замороженої продукції – 800 чол.;
- загальна кількість покупців, що здійснили покупки за день – 1300 чол.;

– кількість покупців, що здійснили покупки в відділу замороженої продукції за день – 640 чол.

Розрахувати коефіцієнт відвідування відділу, коефіцієнт покупки та коефіцієнт привабливості відділу замороженої продукції:

Завдання 14.3.

У супермаркеті «АТБ» за 2 год робочого часу, відділ хімії відвідало 45 чол. За цей самий період часу у супермаркеті перебувало 190 чол. Визначити коефіцієнт підходу до відділу.

Завдання 14.4.

У супермаркеті «Сільпо» у відділі посуду покупки здійснили 15 покупців. Кількість відвідувачів, які відвідали супермаркет впродовж 1 год – 138 покупців. Визначити коефіцієнт покупки у відділі.

Завдання 14.5.

Охарактеризуйте ефективність роботи магазину самообслуговування шляхом співставлення соціальних і економічних показників його роботи та показників роботи магазину з індивідуальною формою обслуговування (традиційного типу). Скористайтесь показниками, наведеними в табл. 14.1.

Таблиця 14.1 – Показники роботи магазинів

Показник	Традиційного типу	Самообслуговування
Загальна площа магазинів, м ² , в т.ч.	850	850
- торгівельна	400	350
Кількість різновидів товарів, що реалізуються, тис шт.	420	510
Коефіцієнт стійкості асортименту	0,68	0,71
Середній час, що витрачає покупець на покупку, хв.	7	11
Число покупців, що відвідали магазин, чол.	420	410
Число покупців, що здійснили купівлю, чол.	280	275
Коефіцієнт завершеності покупок		
Річний товарообіг магазину, млн. грн	25	34
Товарообіг на 1 м ² загальної площі тис. грн		
Товарообіг на 1 м ² площі торгового залу, тис. грн		
Валовий дохід, млн. грн	1,4	2,1
Рівень валового доходу магазину, % до товарообігу		
Витрати обігу, тис. грн	470	580
Рівень витрат обігу, % до товарообігу		

Тести

1. Технологічний процес магазину здійснюється:
 - а) у присутності покупця;
 - б) без участі покупця;
 - в) за участі покупця.

2. Основні операції торговельно-технологічного процесу – це :
 - а) продаж товарів і обслуговування покупців;
 - б) торговельне обслуговування;
 - в) відпуск товарів покупцям.

3. Раціоналізація торговельно-технологічного процесу може бути досягнута за рахунок:
 - а) зменшення кількості окремих операцій з товарами;
 - б) підвищення рівня механізації;
 - в) усі відповіді правильні.

4. Складові продажу товарів залежать від:
 - а) особливостей асортименту товарів;
 - б) методів і форм продажу товарів;
 - в) усі відповіді правильні.

5. Якщо потрібного для покупця товару в продажу немає, продавець має запропонувати:
 - а) інший рівноцінний товар;
 - б) товар, що замінює потрібний;
 - в) усі відповіді правильні.

6. Прийманням товарів у магазині займаються:
 - а) директор, продавці;
 - б) матеріально-відповідальні особи;
 - в) товарознавець, продавці.

7. Якщо в магазин надійшли товари без супровідних документів необхідно:
 - а) від їх приймання відмовитись;
 - б) відкласти товари на зберігання та повідомити товаровідправника;
 - в) створити в магазині комісію та скласти акт про приймання товарів.
8. У разі виявлення недостачі швидкопсувних товарів представника місцевого товаровідправника викликають:
 - а) не пізніше наступного дня;
 - б) негайно;
 - в) протягом чотирьох годин.

9. Представник немісцевого постачальника має прибути для приймання товарів у зв'язку з їх нестачею:

- а) не пізніше трьох днів;
- б) не пізніше наступного дня;
- в) протягом трьох днів, не враховуючи часу на проїзд.

10. На нестачу товарів, виявлену комісією при прийманні товарів оформляють:

- а) приймальний акт;
- б) акт на нестачу;
- в) акт про встановлення розбіжностей у кількості та якості товарів.

11. Приймання товарів завезений у тарі-обладнанні проводиться після розвантаження з автотранспорту протягом:

- а) 4 годин;
- б) 1 години;
- в) 24 години.

12. Який максимальний термін встановлений для приймання за кількістю непродуктивних товарів, що надійшли в стандартній тарі?

- а) 24 години;
- б) 48 годин;
- в) 10 днів.

13. Товари що швидко псуються після надходження на склад одержувача приймаються за якістю протягом:

- а) 24 годин;
- б) 48 годин;
- в) 4 годин.

14. Представником громадськості для участі у прийманні товарів із нижчевказаних осіб може бути:

- а) бухгалтер;
- б) товарознавець;
- в) комірник.

15. У розфасованих в магазині макаронних виробках, покупець виявив значну частину крихт. Чи дозволяється додавати до макаронних виробів крихти?

- а) дозволяється 5% маси товару;
- б) дозволяється 0,1% маси товару;
- в) не дозволяється.

16. Скільки доважок і якої маси можна додати за згодою покупця при продажу ковбасних виробів без нарізання?

- а) не більше однієї, яка не перевищує 10% маси покупки;
- б) не більше двох, які не перевищують 5% маси покупки;
- в) не більше двох, які не перевищують 10% маси покупки.

17. Загальні операції з підготовки товарів до продажу:

- а) звільнення товарів від транспортної тари, фасування товарів;
- б) надання товарного вигляду, оформлення ярлика ціни;
- в) нарізання, упакування.

18. Специфічна операції з підготовки товарів до продажу – це:

- а) сортування;
- б) усунення дрібних дефектів;
- в) комплектування наборів.

19. Працівникам магазину заборонено:

- а) приховувати або затримувати реалізацію наявних в продажу товарів;
- б) примушувати покупця придбати товари непотрібного йому асортименту;
- в) усі відповіді правильні.

20. Чи має працівник, який проводить розрахунки з покупцями приймати від них зношені банкноти та монети?

- а) так;
- б) ні;
- в) частково.

21. Вибрані, але не оплачені непродовольчі товари споживач має право залишити на зберігання в торговельній залі:

- а) за домовленістю з адміністрацією торговельного об'єкта;
- б) за згодою продавця;
- в) за домовленістю з адміністрацією торговельного об'єкта та із зазначенням на виписаному товарному чеку часу оплати.

22. Чи зобов'язана адміністрація продовольчого магазину забезпечити кожного працівника одягом, що відповідає санітарним нормам?

- а) так;
- б) ні;
- в) частково.

23. До магазинних методів продажу товарів відносять:

- а) дрібнороздрібний продаж;

- б) продаж за зразками;
- в) комбінований продаж.

24. До позамагазинних форм роздрібного продажу належить:

- а) торгівля на ринках;
- б) торгівля через Інтернет;
- в) ярмарки.

25. До позамагазинних методів активізації продажу належить:

- а) продаж товарів поштою;
- б) телепродаж;
- в) сезонний розпродаж товарів.

26. Метод активізації продажу товарів, який проводиться з метою формування, вивчення купівельного попиту та реклами товарів, – це:

- а) виставка-продаж;
- б) продаж із знижкою ціни;
- в) ярмарки.

27. У чому полягає суть самообслуговування як методу продажу товарів?

- а) покупець знайомиться з наявним асортиментом товарів самостійно чи з допомогою продавця;
- б) покупець має вільний доступ до товарів та самостійно їх відбирає;
- в) правильна відповідь відсутня.

28. Робоче місце продавця-консультанта в магазині, що здійснює продаж товарів за зразками, розташовується:

- а) у торговельній залі;
- б) на виставковій площі торговельної зали;
- в) у зоні обслуговування.

29. На вибрані покупцем товари в магазині з продажу за зразками продавець-консультант виписує:

- а) товарний чек;
- б) квитанцію;
- в) рахунок.

30. За зразками доцільно продавати:

- а) ювелірні вироби;
- б) годинники;
- в) меблі.

31. Тютюнові вироби продають методом:

- а) за зразками;
- б) самообслуговуванням;
- в) індивідуального обслуговування покупців.

32. Килимові та тюлегардинні вироби доцільно продавати:

- а) методом індивідуального обслуговування покупців;
- б) за зразками;
- в) з відкритою викладкою товарів.

33. Запропонуйте метод продажу плодоовочевих товарів:

- а) самообслуговування;
- б) індивідуальне обслуговування покупців;
- в) правильні відповіді «а» і «б».

34. Методом індивідуального обслуговування продають:

- а) крупи; макаронні вироби;
- б) хліб, хлібобулочні вироби;
- в) живу рибу.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ З ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ»

Основна

1. Організація торгівлі : підручник / Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. ; 2-ге видання., перероб. та доп. / За ред. В. В. Апопія. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 632 с.
2. Азарян О. Організація і технологія торгівлі : навч. посібник / О. Азарян, Е. Локтев, В. Оліфіров. – Донецьк : Дмитренко, 2017. – 528 с.
3. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підручник / Голошубова Н. О. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Київ. нац. торг.-економ. Ун-т, 2015. – 680 с.
4. Небава М. І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Частина 2. Організація виробництва : навчальний посібник / М. І. Небава, О. О. Адлер, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 131 с.
5. Організація виробництва : навч. посіб. / М. М. Новікова, М. В. Боровик ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 495 с.
6. Організація виробництва : підручник / [А. І. Яковлев та ін.] ; За ред. А. І. Яковлева, С. П. Сударкіної, М. І. Ларки ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – 435 с.
7. Організація виробництва : навч. посіб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; [упоряд.: Л. О. Пашнюк, О. П. Микитюк]. – К. : Київський університет, 2015. – 207 с.
8. Прохорова В. В. Організація виробництва : навч. посібник / В. В. Прохорова, О. Ю. Давидова. – Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. – 275 с.
9. Торговельне підприємництво : навчально-методичний посібник / Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов, К. С. Олініченко. – Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2017. – 214 с.

Додаткова

1. Навчальний посібник для виконання практичних завдань та самостійного вивчення дисципліни «Організація виробництва» / Галушак М. П., Машлій Г. Б., Гевко О. Б. – Тернопіль, ТНТУ, 2017. – 139 с.
2. Козловський В. О. Організація виробництва. Практикум. Навчальний посібник. Частина 1 / Козловський В. О. – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 168 с.
3. Козловський В. О. Організація виробництва. Практикум. Навчальний посібник. Частина 2 / Козловський В. О. – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 168 с.
4. Методичні вказівки та завдання до проведення самостійної роботи з дисципліни «Економіка і організація виробництва» для студентів

всіх спеціальностей. Частина 1 / Уклад. Л. Д. Глущенко, Т. М. Пілявоз, М. В. Бальзан, Т. К. Мещерякова. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 47 с.

5. Методичні вказівки та завдання до проведення самостійної роботи з дисципліни «Економіка і організація виробництва» для студентів всіх спеціальностей. Частина 2 / Уклад. Л. Д. Глущенко, Т. М. Пілявоз, М. В. Бальзан, Т. К. Мещерякова. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 54 с.

6. Методичні вказівки та завдання до проведення самостійної роботи з дисципліни «Економіка і організація виробництва» для студентів всіх спеціальностей. Частина 3 / Уклад. Л. Д. Глущенко, Т. М. Пілявоз, М. В. Бальзан, Т. К. Мещерякова. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 51 с.

7. Козловський В. О. Основи підприємництва. Практикум. Част. 1, 2 / Козловський В. О. – Вінниця, 2014. – 351 с.

Ресурси мережі Інтернет

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.

3. Кодекс законів про працю України / Кодекс від 10.12.1971 № 322-VIII [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.

4. Офіційний сайт Верховної ради України [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon.rada.gov.ua/laws>.

5. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://msp.ark.gov.ua>.

6. Офіційний сайт Державної регуляторної служби України [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://dkrp.gov.ua>.

7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електроний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.ukrstat.gov.ua>.