

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ**

А.О. Цибань

**ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ
Збірник тестових завдань для самоконтролю**

Черкаси – 2021

УДК 339:658.6:658.8 (075)

*Рекомендовано до друку рішенням методичної ради
Черкаського державного бізнес-коледжу
Протокол № від 2021 р.*

Цибань А. О.

Економіка торгівлі. Збірник тестових завдань для самоконтролю.
Черкаси, 2021 р. – 95 с.

Рецензент: Ю. М. Радзіховська, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту ЧНУ ім. Б. Хмельницького.

Методична розробка «Економіка торгівлі. Збірник тестових завдань для самоконтролю» побудована відповідно до програми курсу «Економіка торгівлі» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Збірник містить тестові завдання, що охоплюють основні теми дисципліни «Економіка торгівлі», які орієнтовані на закріплення і перевірку знань студентів, отриманих під час теоретичного навчання.

Призначений для студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти галузі.

Затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол № 5 від 26.02.2021 року

© А.О. Цибань, 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Тема 1. Ринок споживчих товарів та послуг. Роль торгівлі у забезпеченні його розвитку.	5
Тема 2. Природа торгівлі як сфери обігу та виду економічної діяльності.	9
Тема 3. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі товарами та послугами	14
Тема 4. Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі	20
Тема 5. Посередництво як невід’ємний елемент сфери торгівлі	25
Тема 6. Економічна характеристика зовнішньої торгівлі	30
Тема 7. Торговельне підприємство як організаційна форма торгівлі та основний суб’єкт торговельної діяльності	35
Тема 8. Стратегія діяльності торговельного підприємства	41
Тема 9. Товарний оборот суб’єктів торговельної діяльності	46
Тема 10. Товарні запаси та товарне забезпечення торговельних підприємств	52
Тема 11. Персонал та оплата праці на торговельному підприємстві	57
Тема 12. Основні фонди торговельного підприємства	63
Тема 13. Витрати обігу торговельних підприємств	68
Тема 14. Доходи торговельних підприємств: особливості утворення та використання	74
Тема 15. Фінансові результати діяльності торговельного підприємства.	80
ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ	85
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ	89
ДОДАТКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91

ВСТУП

У ринковій економіці торгівля найбільш розповсюджена сфера підприємницької діяльності. Торгівля забезпечує доведення споживчих товарів і послуг від виробника до споживача посередництвом купівлі-продажу. Однак, функціонування підприємств торгівлі на сучасному етапі супроводжується постійними трансформаціями, характеризується наявністю високої нестабільності та значної конкуренції, що актуалізує питання визначення сукупності факторів впливу, які б поліпшили фінансову стійкість суб'єктів ринку торгівлі. Тому дослідження організаційно-економічних особливостей функціонування торговельних підприємств, сучасного стану і можливих перспектив розвитку суб'єктів та об'єктів торговельної галузі набувають важливого значення в сучасних умовах.

Метою, збірника який складено у відповідності до освітньо-професійної програми підготовки молодшого фахового бакалавра спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» та охоплюють основні теми дисципліни «Економіка торгівлі» є закріплення і перевірка знань студентів, отриманих під час теоретичного навчання.

Збірник тестів вміщує 15 блоків тестових завдань до кожної з тем курсу. Один блок тестових завдань складається з 20 питань закритого типу, що можуть містити декілька варіантів відповідей. Максимальне значення оцінювання кожного блоку тестів складає 5 балів.

Методичний посібник містить перелік теоретичних питань, що підлягають опрацюванню, тестові завдання для самоконтролю за кожною темою курсу, питання до екзамену, критерії оцінювання знань студентів, список рекомендованих джерел.

ТЕМА 1. РИНОК СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ. РОЛЬ ТОРГІВЛІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЙОГО РОЗВИТКУ

План лекції

1. Поняття ринку як економічної категорії та структурної частини економіки.
2. Економічна сутність ринку споживчих товарів та послуг і його характеристика.
3. Споживчий попит як форма прояву потреби та елемент ринку.
4. Пропозиція споживчих товарів: особливості, джерела формування товарних ресурсів.
5. Поняття кон'юнктури ринку та методи її дослідження.

Тестові завдання

1. Структура ринку – це ...

- а) внутрішня будова, розташування, порядок окремих його елементів, їх частка у загальному просторі ринку;
- б) сукупність усіх ринків, сегментовано на окремі елементи за різноманітними критеріями;
- в) середовище, в якому відбуваються господарські процеси;
- г) кількість ринків.

2. Які види ринків виокремлюють за просторовою ознакою?

- а) регіональний, національний, міжнародний;
- б) локальний, регіональний, національний, міжнародний, міжконтинентальний;
- в) місцевий, регіональний, національний, світовий;
- г) міжрайонний, міжобласний, національний.

3. За ступенем конкурентності виділяють такі ринки ...

- а) конкурентний і неконкурентний;
- б) вільний ринок, монополістичний ринок, ринок монополістичної конкуренції, олігополістичний ринок;
- в) цінової та нецінової конкуренції;
- г) досконалої на недосконалої конкуренції.

4. З позиції відповідності законодавству виділяють такі види ринків ...

- а) прихований;
- б) легальний;
- в) нелегальний;
- г) тіньовий.

5. Які з названих нижче ринків входять до складу ринку капіталу?

- а) ринок праці;
- б) грошовий ринок;
- в) ринок праці;
- г) ринок цінних паперів.

6. До складу товарного ринку не входить ...

- а) споживчий ринок;
- б) ринок засобів виробництва;
- в) ринок науково-технічних розробок;
- г) ринок робочої сили.

7. Система економічних відносин з приводу організації звернення і реалізації товарів і послуг між суб'єктами, які реалізують товари та надають послуги, і населенням з метою задоволення потреб у товарах і послугах це ...

- а) ринок споживчих товарів і послуг;
- б) ринок речового капіталу;
- в) ринок предметів праці;
- г) ринок інновацій.

8. Які з перерахованих нижче функцій виконує споживчий ринок:

- а) визначає вартість товарів та послуг, перетворює продукт праці на товар і доводить його до кінцевого споживача;
- б) забезпечує безперервність процесу суспільного відтворення через зв'язок між виробництвом і споживанням;
- в) встановлює рівноважний рівень цін і пропорції між ними;
- г) всі відповіді вірні.

9. До параметрів споживчого ринку належать:

- а) попит, пропозиція, ціна;

- б) попит, пропозиція, ціна, співвідношення між попитом, пропозицією і ціною;
- в) ємність ринку, співвідношення між попитом, пропозицією і ціною, кон'юнктура ринку;
- г) попит, пропозиція, ціна, ємність ринку, співвідношення між попитом, пропозицією і ціною, кон'юнктура ринку.

10. Конкретні (бажані) образи матеріальних і духовних благ, що виражають необхідність людини в чомусь це ...

- а) мотиви;
- б) потреби;
- в) бажання;
- г) матеріальні цінності.

11. Сума грошових коштів споживачів, витрачених на покупку товарів являє собою ...

- а) попит;
- б) незадоволений попит;
- в) реалізований попит;
- г) відкладений попит.

12. До факторів, що впливають на формування попиту належать:

- а) рівень цін на товари і послуги;
- б) національні особливості культури споживання;
- в) мода і реклама;
- г) всі відповіді вірні.

13. За періодичністю виникнення попит може бути:

- а) повсякденний, періодичний, рідкісний, імпульсивний, епізодичний;
- б) повсякденний, періодичний, постійний;
- в) епізодичний, повсякденний, постійний;
- г) не має вірної відповіді.

14. Як називається попит на окремі різновиди товарів?

- а) макропопит;
- б) нанопопит;
- в) мікропопит;
- г) загальний попит.

15. Категорія ринкової економіки, яка характеризує кількість і вартість товарів та послуг, представлених для реалізації товаровиробниками і торгівлею.

- а) попит;
- б) пропозиція;
- в) обсяг виробництва;
- г) товароборот.

16. До факторів, що впливають на формування пропозиції не належать ...

- а) цін на споживчі товари та економічні ресурси;
- б) вплив науково-технічного прогресу;
- в) число товаровиробників та посередників;
- г) природно-кліматичні умови.

17. Товарна продукція промисловості та сільського господарства, а також імпортні товари, що призначені для задоволення різних потреб населення, народного господарства, а також на експорт.

- а) споживчі товари;
- б) товарні ресурси;
- в) пропозиція;
- г) товарооборот.

18. Питома вага товарів фірми в загальній місткості даного ринку збуту це ...

- а) насиченість ринку;
- б) ємність ринку;
- в) місткість ринку;
- г) частка ринку.

19. Показник, який характеризує перспективи і зміни попиту і визначається як відношення кількості покупців, які вже придбали товари, до загальної кількості споживачів.

- а) насиченість ринку;
- б) ємність ринку;
- в) місткість ринку;
- г) відносна частка ринку.

20. Умови, ситуація, що склалися на ринку в конкретний період часу під впливом суб'єктивних і об'єктивних чинників зовнішнього характеру дії.

- а) стан ринку;
- б) кон'юнктура ринку;
- в) стабільність ринку;
- г) не має вірної відповіді.

Список рекомендованих джерел

1. Власова Н.О., Гросул В.А., Круглова О.А., Чорна М.В. Економіка торгівлі: навч. посіб. Харків: Світ Книг, 2014. С. 9-16.
2. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2010. С. 28-33
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. С. 63-81.
4. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 43-63.
5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 26-37.

ТЕМА 2. ПРИРОДА ТОРГІВЛІ ЯК СФЕРИ ОБІГУ ТА ВИДУ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План лекції

1. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі як сфери обігу.
2. Сутність та принципи торгівлі як галузі народного господарства.
3. Основні функції торгівлі.
4. Форми організації та види торгівлі.

Тестові завдання

1. Перехід від випадкового до регулярного обміну товарами виник унаслідок ...

- а) першого суспільного поділу праці;
- б) другого суспільного поділу праці;
- в) третього суспільного поділу праці;
- г) четвертого суспільного поділу праці.

2. Відокремлення функцій виробництва й обміну в окремі види діяльності та поява торгівлі як уособленої сфери діяльності особливого класу людей – купців призвело до ...

- а) першого суспільного поділу праці;
- б) другого суспільного поділу праці;
- в) третього суспільного поділу праці;
- г) четвертого суспільного поділу праці.

3. Торгівля – це ...

- а) особлива сфера діяльності людей щодо здійснення товарною обертання, актів купівлі-продажу;
- б) це процес товарно-грошового обміну, що відбувається в часі й у просторі;
- в) головна функція ринку;
- г) всі відповіді вірні.

4. Сукупність підприємств і організацій, які характеризуються однорідністю функцій, які вони виконують, і займають відповідне місце в системі розширеного відтворення.

- а) галузь;
- б) галузева структура;
- в) ринок;
- г) торгівля.

5. До виробничої сфери належить:

- а) освіта;
- б) охорона здоров'я;
- в) житлово-комунальне господарство;
- г) торгівля.

6. До виробничої сфери не належать галузі;

- а) промисловість;
- б) транспорт і зв'язок;
- в) торгівля;
- г) сільське господарство.

7. Сукупність галузей народного господарства, що характеризуються певними кількісними співвідношеннями (склад і пропорції розвитку галузей) і взаємозв'язками.

- а) галузева структура;
- б) ринкова структура;
- в) структура торгівлі;
- г) не має вірної відповіді.

8. Економічна функція торгівлі як сфери обігу проявляється полягає у ...

- а) зміні форм вартості з товарної на грошову;
- б) реалізації конкретних товарів як споживних вартостей;
- в) встановленні і підтримці різноманітних господарських взаємозв'язків між виробником і споживачем;
- г) підготовці товару до продажу, тобто сортування, фасування, комплектування, пакування товарів, тощо.

9. До функції торгівлі як галузі народного господарства належать ...

- а) виробнича, організаційна, економічна, аналітична;
- б) розподільча, фінансова, економічна, ризикова;
- в) фінансова, ризикова, виробнича, інформаційна, аналітична, мотивуюча, виробнича, соціально-економічна, психологічна;
- г) виробнича, організаційна, контактна, комерційна, інформаційна, розподільча, стимулююча, фінансова, ризикова.

10. До функції торгівлі не належать:

- а) економічна та фінансова;
- б) аналітична та соціально-економічна;
- в) ризикова та організаційна;
- г) розподільча та стимулююча.

11. Згідно КВЕД-2010 (Класифікатора видів економічної діяльності) зі сфери торгівлі виведено ...

- а) торгівлю товарами народного споживання;
- б) роздрібну торгівлю послугами;
- в) громадське харчування;
- г) посередництво в торгівлі.

12. Галузь народного господарства, що обслуговує процес обміну товарів і послуг у рамках національної економіки відповідно до норм і правових актів конкретної держави.

- а) зовнішня торгівля;
- б) внутрішня торгівля;
- в) міжнародна торгівля;
- г) оптова торгівля.

13. Залежно від ступеня завершеності процесу товарного обертання торгівлю можна розподілити на ...

- а) внутрішню і зовнішню;
- б) національну і регіональну;
- в) оптову та роздрібну;
- г) оптову, дрібнооптову, дрібнороздрібну, роздрібну.

14. За рівнем організації торгівлю підрозділяють на ...

- а) стаціонарну, нестаціонарну та напівстаціонарну;
- б) оптову та роздрібну;
- в) малоорганізовану, неорганізовану та високоорганізовану;
- г) внутрішню та зовнішню.

15. За місцем функціонування торгівля може здійснюватися у

- а) стаціонарній, напівстаціонарній та нестаціонарній мережах;
- б) стаціонарній та нестаціонарній мережах;
- в) стаціонарній, нестаціонарній та електронній мережах;
- г) не має вірної відповіді.

16. Залежно від виду активу, що продається, виділяють торгівлю ...

- а) товарами і послугами;
- б) засобами праці, споживчими товарами і послугами;
- в) предметами праці, засобами праці та послугами;
- г) засобами виробництва, споживчими товарами і послугами.

17. За місцем здійснення актів купівлі-продажу, торгівлю можна розподілити на ...

- а) біржову і складську;
- б) магазинну, товарно-ринкову, ярмаркову;
- в) розносну, розвізну, посилку;
- г) всі відповіді вірні.

18. За способом пред'явлення попиту торгівлю можна розподілити на ...

- а) торгівлю за замовленнями та за прямим контактом з покупцями;
- б) явну і приховану;
- в) очну і електронну торгівлю;
- г) торгівлю через інтернет і через прилавок.

19. За ступенем легалізації торгівля може бути:

- а) легальна і прихована;
- б) законна і незаконна;
- в) офіційна і тіньова;
- г) легальна і нелегальна.

20. Торгівля, що здійснює реалізацію товарів у спеціально обладнаних стаціонарних приміщеннях, які розрізняються за своїми площами й асортиментом реалізованих товарів, але обов'язково мають торговельні зали.

- а) магазинна;
- б) складська;
- в) торгово-ринкова;
- г) ярмаркова.

Список рекомендованих джерел

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. С. 12-18.
2. Власова Н.О., Гросул В.А., Круглова О.А., Чорна М.В. Економіка торгівлі: навч. посіб. Харків: Світ Книг, 2014. С. 9-16.

3. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 43-63.
4. Роженко О.В. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. С. 6-49.
5. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С.17-29.
6. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 26-37.

ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ ТА ПОСЛУГАМИ

План лекції

1. Сутність та функції роздрібно торгівлі.
2. Види роздрібно торгівельної мережі.
3. Роздрібні торговельні підприємства та торговельні одиниці.
4. Типи та формати роздрібних торговців.
5. Ярмаркова та виставкова діяльність.
6. Торговельно-технологічний процес у магазині.

Тестові завдання

1. Торгівля товарами, призначеними для кінцевого споживання в особистих, сімейних і домашніх цілях або для іншого, не пов'язаного з продажем, використання та надання пов'язаних з цим супутніх послуг.

- а) оптова торгівля;
- б) роздрібна торгівля;
- в) дрібнооптова торгівля;
- г) дрібно роздрібна торгівля.

2. Роздрібна торгівля це ...

- а) вид економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевим споживачам та надання торговельних послуг;
- б) підприємницька діяльність із продажу товарів та послуг на підставі усного або письмового договору купівлі-продажу безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їхнього особистого некомерційного використання;
- в) торгівля товарами, призначеними для кінцевого споживання в особистих, сімейних і домашніх цілях або для іншого, не пов'язаного з продажем, використання та надання пов'язаних з цим супутніх послуг;
- г) всі відповіді вірні.

3. Ініціативна, самостійна діяльність юридичних осіб і громадян щодо здійснення купівлі та продажу товарів народного споживання з метою отримання прибутку.

- а) торгівля;
- б) торговельна діяльність;
- в) підприємницька діяльність;
- г) торговельне підприємництво.

4. До характерних ознак роздрібної торгівлі не належить те що ...;

- а) товари реалізуються безпосередньо громадянам або іншим кінцевим споживачам для комерційного використання;
- б) товари реалізуються за готівку або інші, прирівняні до неї платіжні засоби;
- в) роздрібна торгівля є самостійною, ініціативною, здійснюваною на власний ризик діяльністю юридичних осіб та громадян з метою отримання прибутку;
- г) головним у роздрібній торгівлі є продаж товарів, при цьому можуть виконуватися супутні роботи й надаватися різноманітні послуги.

4. До функцій роздрібної торгівлі належить ...

- а) дослідження кон'юнктури товарного ринку;
- б) безпосереднє спілкування із споживачем;

- в) участь у просуванні товарів на ринок;
- г) всі відповіді вірні.

5. Основний дохід роздрібною підприємства, яка визначається у відсотках до ціни придбання товарів без ПДВ це ...

- а) торговельна надбавка;
- б) прибуток;
- в) торговельна маржа;
- г) торговельна знижка.

6. Сукупність великого числа підприємств, що розрізняються по ряду ознак, до найважливіших з яких відносяться: форма торговельного обслуговування, розмір торгової площі, асортимент реалізованих товарів, величина товарообігу й ін.

- а) дрібнороздрібна торговельна мережа;
- б) роздрібна торговельна мережа;
- в) торговельна мережа;
- г) не має вірної відповіді.

7. Згідно Постанови КМУ №833 від 15.06 2006 р. «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» виділяють такі види роздрібних торговельних мереж:

- а) роздрібна та оптова;
- б) дрібнороздрібна та дрібнооптова;
- в) роздрібна на дрібнороздрібна;
- г) не має вірної відповіді.

8. До роздрібною торговельною мережі не належать ...

- а) палатки;
- б) магазини;
- в) павільйони;
- г) лотки.

9. До складу дрібнороздрібною торговельною мережі відносять

- а) палатки, кіоски, лотки;
- б) магазини, ятки, автомати, пункти пересувної торгівлі;

- в) палатки, магазини, павільйони;
- г) кіоски, ятки, автомати, лотки, рундуки тощо.

10. Основний стаціонарний торговельний об'єкт в роздрібній торгівлі, у якому здійснюється продаж товарів кінцевим споживачам і надання їм послуг.

- а) мазагин;
- б) кіоск;
- в) торговельна база;
- г) торговельний павільйон.

11. Торговельний об'єкт складно-розбірної конструкції для організування роздрібною продажу товарів, без торговельної зали для покупців, на 1-2 робочих місяця із товарним запасом на 1 день.

- а) кіоск;
- б) палатка;
- в) павільйон;
- г) магазин.

12. За ступенем сталості місцезнаходження розрізняють такі типи роздрібних торговельних мереж:

- а) стаціонарна і напівстаціонарна;
- б) стаціонарна і пересувна;
- в) стаціонарна, пересувна, віртуальна;
- г) стаціонарна, напівстаціонарна і пересувна.

13. Майновий комплекс який є господарською статутною ланкою з правом юридичної особи, що здійснює купівлю-продаж товарів, виконання робіт і надання послуг покупцям для особистого, сімейного, домашнього використання.

- а) підприємство;
- б) роздрібне торговельне підприємство;
- в) торговельне підприємство;
- г) оптове торговельне підприємство.

14. Залежно від форми обслуговування покупців виділяють такі види підприємств роздрібною торгівлі:

- а) з повним та частковим самообслуговуванням;

- б) з індивідуальним обслуговуванням;
- в) з обслуговуванням за попередніми замовленнями та по каталогах;
- г) всі відповіді вірні.

15. Споживчі кооперативи – це ...

- а) фірми роздрібною торгівлі, що належать своїм покупцям;
- б) підприємства, які працюють за контрактом між виробником, сервісною організацією та роздрібними підприємствами і знаходяться у франчайзингових взаємовідносинах з власниками франшизи;
- в) торговельні організації, яка здійснюють продаж товарів обмеженого асортименту (продукти харчування), із подовженим графіком роботи;
- г) торговельні організації, які займаються продажем товарів однієї товарної групи.

16. Сукупність характеристик крамниці, що визначають її відмінні особливості, а саме: асортиментний профіль, розмір торговельної площі, методи продажу, характер процесу обслуговування, номенклатуру послуг, типовий набір торгово-технологічного устаткування тощо.

- а) формат роздрібного торговця;
- б) тип роздрібного торговця;
- в) вид роздрібного торговця;
- г) опис роздрібного торговця.

17. Крамниця самообслуговування торговельною площею 400-2499 м², з асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів понад 5 тис. найменувань.

- а) універсам;
- б) гіпермаркет;
- в) міні-маркет;
- г) супермаркет.

18. Магазин самообслуговування торговою площею до 200 м², з обмеженим асортиментом до 500 позицій продовольчих товарів.

- а) універсам;

- б) гіпермаркет;
- в) міні-маркет;
- г) супермаркет.

19. Торговельний об'єкт, що здійснює продаж товарів невеликими партіями, має торговельне приміщення достатньо великої площі, з широким асортиментом та низькими цінами, торговельні зали оформлено у складському стилі: широкі проходи, стелажі складського типу, мінімальне оформлення інтер'єру.

- а) гіпермаркет;
- б) магазин Cash & carry;
- в) магазин дискаунтер;
- г) супермаркет.

20. 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 високим рівнем торговельного обслуговування.

- а) торгово-складський процес магазину;
- б) торговий процес магазину;
- в) технологічний процес магазину;
- г) торгово-технологічний процес магазину.

Список рекомендованих джерел

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. С. 19-45.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 91-102.
3. Одарченко Д.М., Сподар К.В., Соколова Є.Б. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво». Харків: ХДУХТ, 2005. С. 13-31.
4. Роженко О.В. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і

науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. С. 90-123.

5. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. С. 104-125.

ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

План лекції

1. Сутність та функції оптової торгівлі.
2. Види оптової торгівлі.
3. Структура та інфраструктура оптової торгівлі.
4. Види оптових торговельних підприємств та їх класифікація.
5. Складський товарно-технологічний процес на підприємствах оптової торгівлі.

Тестові завдання

1. Вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого перепродажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надання пов'язаних із цим послуг.

- а) оптова торгівля;
- б) роздрібна торгівля;
- в) дрібнооптова торгівля;
- г) дрібнороздрібна торгівля.

2. Об'єктами купівлі-продажу в оптовій торгівлі є:

- а) засоби виробництва;
- б) сільськогосподарська продукція;
- в) товари народного споживання;

г) всі відповіді вірні.

3. До суб'єктів оптової торгівлі не належать ...

- а) підприємства виробники;
- б) населення;
- в) торговельні посередники;
- г) власне підприємства оптової торгівлі.

4. Торговельними об'єктами у сфері оптової торгівлі є:

- а) склад товарний;
- б) магазин-склад;
- в) магазин;
- г) відповіді а і б вірні.

5. Виокремлене та спеціально обладнане приміщення, призначене для здійснення складських операцій – приймання, зберігання, сортування, готування до продажу, комплектування партій товару та відпускання споживачам.

- а) магазин-склад;
- б) оптова база;
- в) склад товарний;
- г) всі відповіді вірні.

6. Торговельний об'єкт обладнаний як товарний склад, де здійснюють операції з оптового та роздрібного продажу товарів.

- а) магазин-склад;
- б) оптова база;
- в) склад товарний;
- г) всі відповіді вірні.

7. До функцій оптової торгівлі щодо постачальників товарів не належать:

- а) маркетингове обслуговування;
- б) підтримка переходу прав власності на товар;
- в) проектування і формування виробничого асортименту товарів і послуг;
- г) доставка товарів.

8. До функції оптової торгівлі щодо покупців товарів відносять:

- а) маркетингове обслуговування;
- б) підтримку переходу прав власності на товар;
- в) оцінку попиту і потреб ринку;
- г) формування оптимальної концепції логістичного забезпечення сучасних виробництв

9. 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.

- а) оптові торговельні підприємства;
- б) роздрібні торговельні підприємства;
- в) торговельні посередники;
- г) оптові склади.

10. Господарські формування, що включають кілька організаційно, структурно або функціонально взаємозв'язаних за спорідненою товарною спеціалізацією або за єдиною, зрідка — відомчою, постачальницько-збутовою орієнтацією оптових підприємств.

- а) оптові торговці;
- б) оптові склади;
- в) оптові організації;
- г) торговельні посередники.

11. До елементів внутрішньої інфраструктури оптового ринку включають:

- а) консигнаційні склади;
- б) оптові ярмарки;
- в) товарні біржі;
- г) всі відповіді вірні.

12. До елементів зовнішньої інфраструктури оптового ринку включають:

- а) консигнаційні склади, оптові ярмарки, товарні біржі;

- б) виставки-продажі, комерційні торги, демонстраційні салони;
- в) страхові компанії, фінансові групи, аудиторські компанії, юридичні фірми
- г) всі відповіді вірні.

13. Майновий комплекс, який є господарською статутною ланкою в оптовій торгівлі з правами юридичної особи, яка закуповує і продає за договорами поставки (контрактації тощо) товари партіями тим, хто купує їх для подальшого перепродажу або виробничого споживання та надає їм пов'язані з цим торговельні послуги.

- а) оптові торговельні підприємства;
- б) роздрібні торговельні підприємства;
- в) торговельні посередники;
- г) оптові склади.

14. За формою власності розрізняють оптові торговельні підприємства бувають:

- а) приватні, змішані, державні;
- б) приватні, комунальні, державні, колективні;
- в) приватні, колективні, кооперативні, державні і змішані оптові торговельні підприємства;
- г) приватні, спільні, кооперативні, державні, змішані.

15. За своїм місцем у процесі товаропросування оптові торговельні підприємства поділяються на:

- а) вихідні бази промисловості (фірмові мережі), торговельно-закупівельні і торговельні;
- б) виробничо-торговельно-сервісні, виробничо-торговельні, постачальницько-збутові, оптово-торговельні, оптово-роздрібні;
- в) консигнаційні, комісійні, дилерські, дистриб'юторські, агентські, брокерські, маклерські;
- г) універсальні, спеціалізовані і змішані.

16. За загальною функціональною спеціалізацією оптові торговельні підприємства поділяються на:

- а) приватні, колективні, кооперативні, державні і змішані оптові торговельні підприємства;
- б) виробничо-торговельно-сервісні, виробничо-торговельні, постачальницько-збутові, оптово-торговельні, оптово-роздрібні;
- в) консигнаційні, комісійні, дилерські, дистриб'юторські, агентські, брокерські, маклерські;
- г) універсальні, спеціалізовані і змішані.

17. За роллю у процесі товаропросування оптові торговельні підприємства поділяються на:

- а) приватні, колективні, кооперативні, державні і змішані оптові торговельні підприємства;
- б) виробничо-торговельно-сервісні, виробничо-торговельні, постачальницько-збутові, оптово-торговельні, оптово-роздрібні;
- в) консигнаційні, комісійні, дилерські, дистриб'юторські, агентські, брокерські, маклерські;
- г) універсальні, спеціалізовані і змішані.

18. Виокремлене та спеціально обладнане приміщення (будівля), призначене для здійснення складських операцій - приймання, зберігання, сортування, підготовки до продажу, комплектування партій товарів і відпускання їх споживачам.

- а) склад товарний;
- б) комора;
- в) складське господарство;
- г) оптова база.

19. Система складів, обладнання, технологічних транспортних мереж та засобів, людських та інших ресурсів, які задіяні в процесі переробки та зберігання часто різномодних запасів.

- а) складська інфраструктура;
- б) складська мережа;
- в) складське господарство;
- г) всі відповіді вірні.

20. За характером виконуваних функцій товарні склади бувають:

- а) закриті, напівзакриті, відкриті, збірно-розбірні, надувні;
- б) немеханізовані, механізовані, автоматичні і автоматизовані;
- в) універсальні, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані, змішаного асортименту;
- г) підсортувально-розподільні, склади-готелі, транзитно-перевалочні, нагромаджувальні, склади гарантійного зберігання; митні ліцензійні склади.

Список рекомендованих джерел

- 1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. С. 47-64.
- 2. Роженко О.В. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. С. 46-65.
- 3. Савицька Н.Л. Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. С. 139-149.

ТЕМА 5. ПОСЕРЕДНИЦТВО ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

План лекції

- 1. Поняття торгово-посередницької діяльності та її характеристика.
- 2. Класифікація оптових посередників.
- 3. Торгово-посередницькі операції.
- 4. Особливості діяльності посередників на біржовому ринку

Тестові завдання

1. Діяльність юридичних та фізичних осіб у роздрібній та оптовій торгівлі від свого імені, або від імені та за рахунок третьої особи, або за дорученням довірителя щодо сприяння продавцям і покупцям товарів у налагодженні між ними господарських зв'язків та укладенні угод.

- а) посередницька діяльність;
- б) торговельна діяльність;
- в) біржова діяльність;
- г) підприємницька діяльність.

2. Ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені або за дорученням третьої сторони.

- а) комерційна діяльність;
- б) торгово-посередницька діяльність;
- в) торговельна діяльність;
- г) підприємницька діяльність.

3. Торговельно-посередницька діяльність із перепродажу товарів не включає:

- а) перепродаж товарів від імені або за дорученням товаровиробника;
- б) комісійну торгівлю;
- в) консигнаційну торгівлю;
- г) створення умов для укладання комерційних угод.

4. Будь-яка продукція, призначена для професійного використання або перепродажу є ...

- а) предметом торговельного посередництва;
- б) мотивом торговельного посередництва;
- в) суб'єктом торговельного посередництва;
- г) не має вірної відповіді.

5. Принципами посередницької діяльності є ...

- а) прибутковість, ризиковість, оперативність, інформативність;
- б) рівноправність, підприємливість, оперативність, економічна зацікавленість, прибутковість, договірні засади;
- в) рентабельність, систематичність, економічна зацікавленість, ризиковість;
- г) рівноправність, комерційна успішність, економічна зацікавленість, оперативність.

6. Шлях переміщення товару від виробника до покупця (споживача).

- а) дорога товароруху;
- б) шлях товароруху;
- в) канал товароруху;
- г) шлях збуту.

7. За рівнями канали товароруху бувають ...

- а) прямі, однорівневі, дворівневі та три і більше рівневі;
- б) однорівневі, дворівневі та трирівневі;
- в) нульового рівня, однорівневі, дворівневі;
- г) прямі і непрямі;

8. Кількість посередників на кожному рівні каналу розподілу.

- а) ширина каналу збуту;
- б) глибина каналу збуту;
- в) довжина каналу збуту;
- г) рівень каналу збуту.

9. Виробник → роздрібний торговець → споживач.

- а) канал збуту нульового рівня;
- б) однорівневий канал збуту;
- в) дворівневий канал збуту;
- г) трирівневий канал збуту.

10. Виробник → споживач.

- а) канал збуту нульового рівня;
- б) однорівневий канал збуту;
- в) дворівневий канал збуту;

г) трирівневий канал збуту.

11. Посередник, який здійснює операції купівлі-продажу від свого імені й за свій рахунок та отримує право збувати товари фірми – виробника на певній території і у визначений термін, посередник який купує товар безпосередньо у виробника для подальшого продажу дилеру.

- а) агент;
- б) дистриб'ютор;
- в) комісіонер;
- г) брокер.

12. До торговельних посередників, що здійснюють діяльність з перепродажу товарів належать:

- а) дистриб'ютори, дилери, комісіонери;
- б) консигнатори, лізингодавці, аукціоністи;
- в) брокери, маклери, агенти, комерційні представники;
- г) дистриб'ютори, дилери, комісіонери, консигнатори, лізингодавці, аукціоністи.

13. До торговельних посередників, що провадять діяльність зі створення умов для здійснення актів купівлі-продажу та організації товарообігу не належать ...

- а) брокери;
- б) маклери;
- в) комісіонери;
- г) агенти.

14. До торговельних посередників які діють від чужого імені і за чужий рахунок належать ...

- а) агент;
- б) брокер;
- в) комівояжер;
- г) всі відповіді вірні.

15. До торговельних посередників які діють від свого імені і за чужий рахунок належать ...

- а) дистриб'ютор, джобер;
- б) комісіонер, консигнатор;
- в) агент, брокер, маклер, комівояжер;
- г) дилер.

16. Торговий посередник, який продає і купує товари від свого імені, але не є власником товару й працює за рахунок і за дорученням довірителя, за обумовлену винагороду.

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

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

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

18. Збутовий посередник, який за дорученням і в інтересах продавця пропонує покупцям товар за наявними у нього рекламними зразками, доставляє товар покупцю і діє в межах наданих йому повноважень.

- а) комівояжер;
- б) торговельний представник;
- в) брокер;
- г) агент.

19. Оптовик-посередник, який займається реалізацією товарів, розсилаючи каталоги потенційним покупцям.

- а) мерчендайзер;
- б) комівояжер;
- в) посилторговець;
- г) торговельний представник.

20. Торговельний посередник, який діє від чужого імені і за чужий рахунок особа, не укладає самостійних угод, а лише вказує на можливість їх здійснення, зводить продавця і покупця.

- а) дилер;

- б) маклер;
- в) брокер;
- г) агент.

Список рекомендованих джерел

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. С. 64-82.
2. Біловодська О.А., Сигида Л.О. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2017. С. 6-42.
3. Одарченко Д.М., Сподар К.В., Соколова Є.Б. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво». Харків: ХДУХТ, 2005. С. 41-46.
4. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. С. 139-149.

ТЕМА 6. ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

План лекції

1. Поняття, структура та форми зовнішньої торгівлі.
2. Основні показники обсягів зовнішньої торгівлі.
3. Методи зовнішньоторговельної діяльності.
4. Ціноутворення в зовнішній торгівлі.
5. Особливості окремих умов контрактів. Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів ІНКОТЕРМС
6. Державне регулювання зовнішньої торгівлі.

Тестові завдання

1. Торгівля якої-небудь країни з іншими країнами, що складається з оплачуваного ввозу (імпорту) і оплачуваного вивозу (експорту) товарів.

- а) зовнішня торгівля;
- б) внутрішня торгівля;
- в) міжнародна торгівля;
- г) світова торгівля.

2. Продаж товарів або послуг, що передбачає їх вивезення за кордон.

- а) імпорт;
- б) реімпорт;
- в) експорт;
- г) реекспорт.

3. Ввезення товарів у країну для їх подальшого експорту.

- а) імпорт;
- б) реімпорт;
- в) експорт;
- г) реекспорт.

4. Купівля товарів або послуг, що передбачає їх ввезення з-за кордону.

- а) імпорт;
- б) реімпорт;
- в) експорт;
- г) реекспорт.

5. Розподіл експорту та імпорту між окремими країнами та їх групами, що класифікуються за територіальними або організаційними ознаками.

- а) товарна структура;
- б) географічна структура;
- в) видова структура;
- г) галузева структура.

6. За специфікою взаємодії суб'єктів ЗЕД виділяють такі форми їх зовнішньої торгівлі:

- а) торгівля товарами та послугами;

- б) традиційна (проста) торгівля, торгівля кооперованою та спеціалізованою продукцією, зустрічна торгівля;
- в) звичайна торгівля, торгівля за режимом найбільшого сприяння;
- г) дискримінаційна торгівля та преференційна торгівля.

7. Яка форма зовнішньої торгівлі передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку пільг у торговельному режимі.

- а) звичайна торгівля;
- б) торгівля за режимом найбільшого сприяння;
- в) дискримінаційна торгівля;
- г) преференційна торгівля.

8. Яка форма зовнішньої торгівлі передбачає, що держави, які домовляються, на взаємній основі надають одна одній привілеї та пільги щодо ставок мита і митних зборів, а також інших правил і механізмів здійснення зовнішньоторговельних операцій.

- а) звичайна торгівля;
- б) торгівля за режимом найбільшого сприяння;
- в) дискримінаційна торгівля;
- г) преференційна торгівля.

9. Сума вартостей експорту та імпорту країни за певний період часу.

- а) сальдо торгового балансу;
- б) зовнішньоторговельний обіг;
- в) імпортна квота;
- г) сальдо балансу послуг.

10. Різниця між вартісним обсягом експорту та імпорту товарів окремої країни.

- а) сальдо торгового балансу;
- б) зовнішньоторговельний обіг;
- в) імпортна квота;
- г) сальдо балансу послуг.

11. До методів зовнішньої торгівлі належить:

- а) дискримінаційна торгівля;

- б) непряма торгівля;
- в) звичайна торгівля;
- г) приференційна торгівля.

12. До методів непрямой торгівлі відносять:

- а) торгівлю через посередників та лізингові компанії;
- б) біржову торгівлю;
- в) аукціонна торгівлю та міжнародні торги;
- г) всі відповіді вірні.

13. Найбільш розвинена форма регулярно функціонуючого оптового ринку масових заміennих товарів, що продаються за стандартами (сортами), а іноді й за зразками, а також ринку цінних паперів (акцій і облігацій) та іноземної валюти.

- а) біржа;
- б) фондова біржа;
- в) товарна біржа;
- г) валютна біржа.

14. При здійсненні обмінних операцій в межах світового господарства виділяють такі види міжнародних бірж:

- а) товарна біржа, фондова біржа, фрахтова біржа;
- б) валютна біржа, фондова біржа, універсальна біржа;
- в) товарна біржа, валютна біржа, фондова біржа;
- г) товарна біржа, біржа праці, біржа нерухомості.

15. Постійно діючий оптовий ринок декількох країн, де укладаються угоди купівлі-продажу широкого асортименту сировинних і продовольчих товарів, що відповідають уніфікованій системі стандартних вимог до товарів.

- а) міжнародна фондова біржа;
- б) міжнародна товарна біржа;
- в) міжнародна валютна біржа;
- г) міжнародна біржа праці.

16. Документ, який засвідчує зобов'язання придбати (продати) товар у визначений час і на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін на момент виконання

зобов'язань сторонами контракту та націлений на купівлю-продаж права на товар.

- а) ф'ючерсна угода;
- б) угода «спот»;
- в) форвардна угода;
- г) угода з негайною поставкою товарів.

17. Спеціально організовані, періодично діючі в певних місцях ринки, на яких шляхом публічних торгів в завчасно обумовлені терміни та в спеціально визначеному місці проводиться продаж раніше оглянутих товарів, які переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну.

- а) міжнародні товарні ярмарки;
- б) міжнародні товарні біржі;
- в) міжнародні товарні тендери;
- г) міжнародні товарні аукціони.

18. Методом міжнародної торгівлі, сутність якого полягає в конкурентному відборі зарубіжних постачальників і підрядників через організованих товарний ринок шляхом залучення до певної, заздалегідь встановленої дати пропозицій від зарубіжних і національних постачальників та підрядників, проведення конкурсу (порівняння) представлених проектів (умов) та укладання контракту з тим з них, пропозиції якого найповніше задовольняють потреби і вимоги імпортерів-замовників.

- а) міжнародний товарний ярмарок;
- б) міжнародна товарна біржа;
- в) міжнародні товарні тендери;
- г) міжнародний товарний аукціон.

19. Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів ІНКОТЕРМС включають чотири групи умов, а саме

...

- а) E, F, C, D;
- б) A, B, C, D;
- в) A, E, C, D;

г) Е, І, F, С.

20. До інструментів державного нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі не належить ...

- а) субсидування;
- б) державні закупівлі;
- в) кредитування;
- г) мито.

Список рекомендованих джерел

1. Рокочка В.В., Алькема В.Г., Терехов В.І., Одягайло Б.М., Ковтонюк К.В та інші. Міжнародна торговельна діяльність: підручник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «Крок»., 2018. 698 с.
2. Савицька Н.Л. Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. С. 149-169.
3. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. С. 47-56.

ТЕМА 7. ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНА ФОРМА ТОРГІВЛІ ТА ОСНОВНИЙ СУБ'ЄКТ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План лекції

1. Сутність, функції та види підприємництва.
2. Особливості торговельного підприємництва.
3. Торговельне підприємство як основний суб'єкт торговельної діяльності.
4. Класифікація торговельних підприємств: види та організаційно-правові форми.
5. Об'єднання торговельних підприємств.
6. Законодавчо-правові основи здійснення торговельного підприємництва.

Тестові завдання

1. Самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

- а) підприємець;
- б) підприємство;
- в) підприємництво;
- г) підприємливість.

2. Суб'єктами торговельного підприємництва не можуть бути:

- а) громадяни України та інших держав, особи без громадянства;
- б) юридичні особи всіх форм власності;
- в) об'єднання юридичних осіб;
- г) органи державної влади та місцевого самоврядування.

3. До об'єктів підприємницької діяльності належать ...

- а) товари народного споживання та послуги;
- б) валюта та цінні папери;
- в) транспортні засоби, будинки, споруди;
- г) всі відповіді вірні.

4. Функціями підприємницької діяльності є:

- а) загальноекономічна, ресурсна, інноваційна, соціальна, організаційна;
- б) соціально-економічна, управлінська, стимулююча;
- в) економічна, інноваційна, соціальна, організаційна, психологічна;
- г) загальноекономічна, інвестиційна, соціальна, мотиваційна.

5. Основними видами підприємницької діяльності є ...

- а) виробниче та торговельне підприємництво;
- б) торговельне, фінансове, виробниче підприємництво;
- в) комерційне, виробниче, фінансове підприємництво;

г) виробничо-торговельне та фінансове підприємництво.

6. Специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій.

- а) торговельне підприємництво;
- б) торговельно-складське підприємництво;
- в) виробничо-торговельне підприємництво;
- г) виробниче підприємництво.

7. Об'єктами торговельного підприємництва можуть виступати ...

- а) товари та послуги;
- б) матеріальні цінності;
- в) гроші;
- г) всі відповіді вірні.

8. Суб'єктами торгівельного підприємництва не можуть бути:

- д) громадяни України та інших держав, особи без громадянства;
- е) юридичні особи всіх форм власності;
- ж) об'єднання юридичних осіб;
- з) органи державної влади та місцевого самоврядування.

9. Самостійний господарський суб'єкт, створений підприємцем, об'єднанням підприємців або державою для здійснення торговельної діяльності та надання додаткових послуг, пов'язаних з цією діяльністю, з метою задоволення погреб суспільства у споживчих товарах, а також одержання прибутку, якщо це передбачено його статутом.

- а) торговельне підприємство;
- б) посередницька організація;
- в) виробниче підприємство;
- г) підприємство.

10. До основних видів діяльності, що здійснюють торговельні підприємства належать ...

- а) торговельно-виробнича та комерційна діяльність;

- б) торговельно-виробнича, інноваційна, економічна, соціальна та комерційна діяльність, післяпродажний сервіс;
- в) торговельна, комерційна, інвестиційна та інноваційна діяльність;
- г) торговельно-виробнича, економічна, комерційна діяльність, післяпродажний сервіс.

11. Підприємство, засноване на власності окремого громадянина України, з правом найму робочої сили.

- а) індивідуальне підприємство;
- б) сімейне підприємство;
- в) приватне підприємство;
- г) колективне підприємство.

12. Підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

- а) господарські товариства;
- б) об'єднання підприємств;
- в) приватні підприємства;
- г) фермерські господарства.

13. Фізична особа з повною цивільною дієздатністю, яка зареєстрована у порядку, встановленому Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців», і здійснює підприємницьку діяльність від власного імені, тобто без створення юридичної особи.

- а) індивідуальне підприємство;
- б) сімейне підприємство;
- в) приватне підприємство;
- г) фізична особа-підприємець (ФОП).

14. Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) це ...

- а) товариство, засноване одним або декількома особами
- товариство, статутний капітал якого розділений на долі, розмір яких встановлюється статутом;

- б) товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном;
- в) товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном;
- г) товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства.

15. Акціонерні товариства бувають ...

- а) закритими і відкритими;
- б) приватними і колективними;
- в) приватними і публічними;
- г) гласними і закритими.

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

- а) господарське товариство;
- б) об'єднання підприємств;
- в) приватне підприємство;
- г) не має вірної відповіді.

17. За правовим режимом членства учасників розрізняють такі види об'єднань підприємств ...

- а) статутні та договірні;
- б) приватні, державні, комунальні;
- в) установчі та договірні;
- г) контрактні та статутні.

18. Організаційно-правовими формами об'єднань підприємств є:

- а) союзи, спілки, асоціації підприємців;
- б) асоціації, корпорації, концерни;
- в) консорціуми, холдингові компанії;

г) всі відповіді вірні.

19. Тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо).

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

20. Договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів.

- а) холдингова компанія;
- б) асоціація;
- в) консорціум;
- г) корпорація.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 10-29.
2. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємство: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. С. 5-53.
3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 17-29.

ТЕМА 8. СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

План лекції

1. Місія та система стратегічних цілей торговельного підприємства.
2. Стратегія діяльності торговельного підприємства: її суть та види.
3. Етапи розробки та реалізації стратегії торговельного підприємства.
4. Моніторинг та прогноз стану зовнішнього середовища торговельного підприємства.
5. Конкурентоспроможність торговельного підприємства та методи її оцінки.

Тестові завдання

1. Перспективний погляд на напрями розвитку діяльності організації, базова концепція того, що організація намагається зробити й чого досягти.

- а) стратегічне бачення;
- б) кредо підприємства;
- в) філософія підприємства;
- г) місія підприємства.

2. Філософія підприємства це ...

- а) базові погляди і цінності підприємства, що є основою для створення системи мотивації як зовні, так і всередині підприємства;
- б) загальний кодекс поведінки організації, який визначає взаємовідносини не тільки між співробітниками, але й взаємовідносини з клієнтами та акціонерами, її корпоративну культуру;
- в) перспективний погляд на напрями розвитку діяльності організації, базова концепція того, що організація намагається зробити й чого досягти;
- г) не має вірної відповіді.

3. Загальний кодекс поведінки організації, який визначає взаємовідносини не тільки між співробітниками, але й взаємовідносини з клієнтами та акціонерами, її корпоративну культуру.

- а) стратегічне бачення;
- б) кредо підприємства;
- в) філософія підприємства;
- г) місія підприємства.

4. Сукупність загальних установок і принципів, що визначають призначення та роль підприємства в суспільстві, взаємовідносини з іншими соціально-економічними суб'єктами.

- а) стратегічне бачення;
- б) кредо підприємства;
- в) філософія підприємства;
- г) місія підприємства.

5. До прямих цілей належать:

- а) зростання прибутковості діяльності;
- б) задоволення потреб споживачів;
- в) завоювання ринку;
- г) всі відповіді вірні.

6. До забезпечуючих (підтримуючих) цілей підприємства не відносять:

- а) створення конкурентних переваг;
- б) «виживання» в конкурентній боротьбі;
- в) професіоналізм і компетенція персоналу;
- г) підтримання високого рівня та умов виробництва тощо.

7. За характером діяльності підприємства цілі поділяються на:

- а) стратегічні, тактичні, оперативні цілі;
- б) цілі функціонування та цілі розвитку;
- в) цілі підтримки наявного рівня, цілі поступового розвитку окремих елементів системи та цілі оновлення;
- г) основні, побічні та підтримуючі цілі.

8. Система SMART передбачає, що правильно сформульована ціль має відповідати таким вимогам:

- а) вимірюва, оптимістична, реальна, обмежена в часі, ефективна;
- б) конкретна, вимірювана, досяжна, орієнтована на результат, обмежена в часі;
- в) конкретна, прибуткова, обмежена в часі, екологічна, інноваційна;
- г) вимірювана, досяжна, орієнтована на результат, обмежена в часі, реальна.

9. Цілі підприємства залежно від стадій життєвого циклу поділяють на:

- а) народження, дитинство, юність, зрілість, старіння;
- б) народження, дитинство, зрілість, старіння, смерть;
- в) народження, дитинство, юність, рання зрілість, зрілість, старіння, відродження;
- г) народження, раннє дитинство, дитинство, юність, рання зрілість, зрілість, старіння.

10. Наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії.

- а) рівні цілей;
- б) дерево цілей;
- в) структура цілей;
- г) шаблі цілей підприємства.

11. Стратегія підприємства це

- а) узагальнююча модель дій, які необхідні для досягнення визначених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів підприємства;
- б) набір правил, необхідних для прийняття рішень, які підприємство використовує в своїй діяльності; формування системи довгострокових цілей діяльності торговельного підприємства та вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення;

в) цілісна система взаємопов'язаних рішень, які спрямовані на розвиток процесів взаємодії умов внутрішнього та зовнішнього середовища, і визначення на цій основі якісно нових цілей;

г) всі відповіді вірні.

12. Стратегію підприємства, що описує загальний напрямок його розвитку за стадією життєвого циклу називають ...

а) корпоративна;

б) загальна;

в) портфельна;

г) всі відповіді вірні.

13. Стратегію підприємства, що пов'язана із забезпеченням успішної діяльності в одному виді бізнесу в рамках обраних корпоративних пріоритетів називають ...

а) ділова;

б) конкурентна;

в) бізнес-стратегія;

г) всі відповіді вірні.

14. Стратегії, що розробляються відділами і службами підприємства в межах певного бізнесу називають ...

а) функціональними;

б) однобізнесовми;

в) стратегія одиничного бізнесу;

г) бізнес-стратегіями.

15. Система стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі.

а) стратегічне бачення;

б) стратегічний набір;

в) стратегія підприємства;

г) стратегічний портфель.

16. Стратегія "прискороного зростання" передбачає ...

а) встановлення цілей від досягнутого;

- б) щорічне значне підвищення рівня коротко- та довгострокових цілей над досягнутими показниками;
- в) забезпечення стабільного становища підприємства на ринку, зміцнення його ринкових позицій;
- г) скорочення обсягів діяльності підприємства.

17. Загальне оточення (макросередовище) підприємства, охоплює такі фактори впливу ...

- а) економічні та технологічні фактори;
- б) політичні та соціально-культурні фактори;
- в) екологічні та культурно-психологічні;
- г) відповіді а та б.

18. Оперативне середовище (мікросередовище) підприємства охоплює такі фактори як ...

- а) покупці продукції, власники капіталу, постачальники товарів (матеріальних ресурсів), конкуренти;
- б) економічні, технологічні, політичні та соціально-культурні фактори;
- в) товари субститути, новачки на ринку, покупці, постачальники;
- г) ресурси, персонал, менеджмент, культура організації.

19. PEST-аналізу як інструмент стратегічного аналізу зовнішнього середовища організації передбачає дослідження таких складових як ...

- а) політика, екологія, соціум, технологія;
- б) право, економіка, соціологія, технологія;
- в) політика, економіка, суспільство, технологія;
- г) політологія, економіка, соціологія, торгівля.

20. В ході проведення SWOT-аналізу досліджується ...

- а) зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства;
- б) внутрішнє середовище підприємства;
- в) зовнішнє середовище підприємства;
- г) макро і мікросередовище підприємства.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 29-46.
2. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. С. 54-74.

ТЕМА 9. ТОВАРНИЙ ОБОРОТ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План лекції

1. Сутність товарообороту як показника господарської діяльності торговельного підприємства.
2. Класифікація товарообороту, характеристика його окремих видів та форм.
3. Фактори, що здійснюють вплив на обсяг товарообороту.
4. Управління товарооборотом торговельного підприємства.
5. Аналіз товарообороту підприємства торгівлі.
6. Планування обсягу та структури товарообороту торговельного підприємства.

Тестові завдання

1. Товарооборот це ...

- а) продаж товарів масового споживання та надання платних послуг населенню для задоволення особистих потреб в обмін на його грошові доходи, або іншим підприємствам – для подальшої переробки чи продажу;
- б) економічні відносини між продавцем і покупцем з приводу купівлі-продажу товарів;
- в) валовий результат діяльності торговельного підприємства, який дорівнює добутку ціни реалізації на кількість реалізованих товарів;
- г) всі відповіді вірні.

2. Обсяг продажу товарів виробниками або торговельними посередниками покупцям для подальшого продажу або перероблення.

- а) роздрібний товарооборот;
- б) оптовий товарооборот;
- в) зовнішній товарооборот;
- г) внутрішній товарооборот.

3. Обсяг продажу товарів споживачам для особистого, сімейного, домашнього використання та реалізації торговельних послуг.

- а) роздрібний товарооборот;
- б) оптовий товарооборот;
- в) зовнішній товарооборот;
- г) внутрішній товарооборот.

4. Показник, який характеризує обсяг товарообороту за окремими формами та видами і визначається як питома вага кожного виду або форми в загальному обсязі товарообороту.

- а) фізичний обсяг товарообороту;
- б) склад товарообороту;
- в) структура товарообороту;
- г) обсяг товарообороту в порівняннях цінах.

5. Показник який характеризує товарно-груповий склад реалізації товарів це ...

- а) фізичний обсяг товарообороту;
- б) склад товарообороту;
- в) структура товарообороту;
- г) обсяг товарообороту в порівняннях цінах.

6. Залежно від специфіки операцій з купівлі-продажу товарів у складі товарообороту виділяють такі його види:

- а) роздрібний, оптовий, торговельно-посередницький;
- б) роздрібний та оптовий;
- в) роздрібний, дрібнооптовий, оптовий.
- г) роздрібний, дрібнороздрібний, оптовий, посередницький.

7. У роздрібний товарооборот роздрібної торгівлі не враховується:

- а) відпуск товарів своїм працівникам підприємствами, організаціями, установами в рахунок оплати праці;
- б) вартість тари, поверненої постачальникам.
- в) продаж роздрібними торговими підприємствами населенню проїзних квитків і талонів на всі види міського пасажирського транспорту, лотерейних квитків;
- г) всі відповіді вірні.

8. У складі оптового товарообороту виділяють наступні його форми:

- а) регіональний, міжрегіональний, зовнішньоторговельний товарооборот;
- б) місцевий, районний, регіональний, міжнародний;
- в) локальний, регіональний, зовнішній;
- г) міський, регіональний, міжрегіональний, світовий.

9. У складі торговельно-посередницькою обороту виділяють:

- а) оборот на біржовому та позабіржовому ринку;
- б) оборот на фондовому, валютному, товарному ринку;
- в) оборот на біржовому та товарному ринках;
- г) оборот на внутрішньому і зовнішньому біржових ринках.

10. До факторів зовнішнього середовища, що впливають на обсяг і формування товарообороту не належить:

- а) структура споживчого ринку;
- б) стан конкуренції на регіональному товарному ринку;
- в) загальна макроекономічна ситуація в країні;
- г) місцезнаходження підприємства.

11. До факторів внутрішнього середовища, що впливають на обсяг і формування товарообороту відносять:

- а) загальну стратегію діяльності підприємства на споживчому ринку та спеціалізацію (товарний профіль) підприємства;
- б) місцезнаходження торгового підприємства та забезпечення товарообороту товарними ресурсами, основними фондами (матеріально-технічною базою);

- в) цінову та маркетингову політику підприємства;
- г) всі відповіді вірні.

12. Метою управління товарооборотом є ...

- а) забезпечення необхідних темпів розвитку торговельного підприємства;
- б) найбільш повне задоволення попиту споживачів, що обслуговуються;
- в) розширення контингенту споживачів підприємства;
- г) всі відповіді вірні.

13. До принципів управління товарооборотом належать ...

- а) принципи комплексності, науковості, неперервності та програмно-цільовий принцип;
- б) принципи обґрунтованості, безперервності, прибутковості, комплексності;
- в) цільовий принцип, принципи реальності, прибутковості, комплексності;
- г) принципи науковості, неперервності, організованості, реальності.

14. Принцип комплексності в управлінні товарооборотом підприємства передбачає ...

- а) узгодженість управління товарооборотом з іншими показниками діяльності і, головне, з основним результативним показником, який характеризує ефективність господарювання - прибутком торговельного підприємства;
- б) удосконалення методології аналізу та планування товарообороту, на базі використання економіко-математичного моделювання, побудови імітаційних і оптимізаційних моделей, урахування впливу негативних змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства;
- в) виконання чітко визначеної мети та розробленої на її основі програми реалізації;

- г) узгодженість рішення поточних та перспективних завдань управління товарооборотом у єдиний управлінський процес.

15. Управління товарооборотом здійснюється за наступними основними етапами:

- а) збір інформації, формування бази даних, аналіз обсягу товарообороту, визначення цілей подальшого розвитку товарообороту підприємства, розрахунок планових показників товарообороту;
- б) формування інформаційної бази, аналіз обсягу та структури реалізації товарів підприємством, оцінка можливості подальшого зростання обсягу товарообороту, визначення цілей подальшого розвитку товарообороту підприємства, обґрунтування обсягу та структури товарообороту на плановий період, контроль за виконанням поставлених планових завдань;
- в) початковий етап, етап аналізу, етап обробки результатів отриманих в результаті аналізу, заключний етап;
- г) підготовчий етап, основний етап аналізу та оцінки даних про фактичний товарооборот, заключний етап планування та контролю.

16. Джерелами інформації для аналізу роздрібного товарообороту є:

- а) фінансова звітність;
- б) статистична звітність;
- в) оперативна звітність;
- г) всі відповіді вірні.

17. План роздрібного товарообороту складається з таких розділів:

- а) залишок, надходження та вибуття товарів;
- б) реалізація товарів за загальним обсягом та за окремими товарними групами; запаси товарів та товарооборотність; надходження товарів;
- в) придбання товарів; продаж товарів за окремими товарними групами, вибуття та запаси товарів;

г) закупівля товарів, наявність залишків товарів на складі, рух товарів, товарооборотність.

18. План товарообороту торговельного підприємства складається у 3-х варіантах:

- а) низький, середній, високий обсяг товарообороту;
- б) оптимістичний, песимістичний, реальний обсяг товарообороту;
- в) достатній, потенційний, реальний обсяг товарообороту;
- г) необхідний, можливий та ресурсозабезпечуючий обсяг товарообороту.

19. Одним з найбільш розповсюджених методів планування обсягу роздрібного товарообороту та його товарної структури є ...

- а) економіко-статистичний метод;
- б) методом екстраполяції динамічних рядів товарообороту;
- в) метод еластичності (чутливості) товарообороту;
- г) метод змінної середньої відносно темпів приросту.

20. Планування товарообороту нормативним методом здійснюється на основі ...

- а) можливих обсягів закупівлі товарів та іммобілізації товарних залишків;
- б) застосування нормативів товарообороту на одиницю торговельної площі та її фактичної наявності;
- в) забезпеченості підприємства персоналом та трудомісткості товарообороту;
- г) цільового (необхідного) обсягу отримання прибутку, рівнів націнки та витратності діяльності підприємства.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 46-59.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 98-129.

3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 40-63.
4. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 4-20.
5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 5-80.

ТЕМА 10. ТОВАРНІ ЗАПАСИ ТА ТОВАРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

План лекції

1. Сутність та склад товарних запасів торговельного підприємства.
2. Показники, що характеризують стан товарних запасів торговельного підприємства.
3. Аналіз товарних запасів на підприємствах торгівлі.
4. Фактори, що обумовлюють обсяги та швидкість обертання товарних запасів.
5. Нормування та планування товарних запасів.
6. Формування товарного забезпечення товарообороту торговельного підприємства.

Тестові завдання

1. Маса товарів, призначену для подальшого продажу, що знаходяться в сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживача.

- а) товарний запас;
- б) товарний залишок;
- в) запас товару в дорозі;
- г) запас.

2. Формами товарних запасів сфери обігу є:

- а) запаси готової продукції на складах підприємства;
- б) товари в дорозі;
- в) товарні запаси на складах оптової та роздрібною торгівлі;
- г) всі відповіді вірні.

3. Потреба утворення торговельних запасів обумовлена такими причинами:

- а) невідповідністю ритму споживання (реалізації) та виробництва товарів;
- б) сезонністю виробництва та споживання окремих видів товарів;
- в) нерівномірністю розміщення виробництва і районів споживання;
- г) всі відповіді вірні.

4. Товарні запаси, що складають головну частину всіх товарних запасів підприємства і призначені для забезпечення безперерйного продажу товарів, а їх розмір обумовлюється обсягом реалізації товарів та інтервалом постачання.

- а) товарні запаси початкового зберігання;
- б) товарні запаси сезонного зберігання;
- в) товарні запаси цільового призначення;
- г) товарні запаси дострокового завозу.

5. Товарні запаси, які потрібні для формування торгової пропозиції в періоди сезонних змін попиту чи пропозиції (виробництва) товарів (овочі, шкільна форма, ялинкові прикраси, гумове взуття тощо).

- а) товарні запаси початкового зберігання;
- б) товарні запаси сезонного зберігання;
- в) товарні запаси цільового призначення;
- г) товарні запаси дострокового завозу.

6. Залежно від місця формування товарні запаси бувають ...

- а) товарні запаси роздрібною торгівлі, оптових підприємств , запаси товарів у дорозі

- б) товарні запаси початкового зберігання, сезонного зберігання, цільового призначення, дострокового завозу;
- в) запаси продовольчого та непродовольчого призначення;
- г) умовно-змінні та умовно-постійні запаси.

7. Товари, які не відповідають якісним параметрам споживчого попиту в даному місці та в даний час.

- а) залежані товари;
- б) неходові товари;
- в) завезені понад норму товари;
- г) сезонні товари.

8. Товари, які довгий час знаходяться без руху на складах підприємств, які частково втратили свою якість та морально застаріли.

- а) залежані товари;
- б) неходові товари;
- в) завезені понад норму товари;
- г) сезонні товари.

9. Запаси товарів розмір яких не залежить від зміни товарообороту підприємства називають ...

- а) плановими;
- б) умовно-змінними;
- в) сталими;
- г) умовно-постійними.

10. Товарні запаси, які характеризують середній обсяг наявних товарних запасів протягом певного періоду та розраховують за середньою арифметичною чи середньою хронометричною.

- а) вхідні;
- б) вихідні;
- в) середні;
- г) прогнозовані.

11. До відносних показників товарних запасів не належить:

- а) період обертання у днях обороту;
- б) обсяг товарних запасів у натуральних одиницях;
- в) швидкість обертання у разях обороту;

г) рівень товарних запасів, у % до обороту.

12. Показник, що характеризує забезпеченість товарообороту товарними запасами та визначається як частка від ділення абсолютного розміру товарного запасу на кінець періоду на середньоденний товарооборот цього періоду.

- а) період обертання товарних запасів;
- б) швидкість обертання товарних запасів;
- в) час товарного обертання запасів;
- г) рівень товарних запасів.

13. Показник, що характеризує період за який товар проходить увесь шлях від виробництва до кінцевого споживача.

- а) середні товарні запаси;
- б) швидкість обертання товарних запасів;
- в) час товарного обертання запасів;
- г) рівень товарних запасів.

14. Показник, що відображає тривалість перебування товарів у сфері обігу та визначається як співвідношення середнього розміру товарних запасів з одноденним обсягом товарообороту підприємства.

- а) період обертання товарних запасів;
- б) швидкість обертання товарних запасів;
- в) темп приросту товарних запасів;
- г) рівень товарних запасів.

15. Зовнішніми факторами, що визначають розмір товарних запасів торговельного підприємства є:

- а) ритмічність та стійкість споживання окремих товарів;
- б) стан конкуренції на ринку товарних ресурсів;
- в) рівень інфляційних очікувань;
- г) всі відповіді вірні.

16. До внутрішніх факторів, що визначають розмір товарних запасів не належить:

- а) місцезнаходження торгового підприємства;
- б) стан конкуренції на ринку товарних ресурсів;

- в) організація та частота завозу товарів;
- г) площа торговельного залу та форма торгового обслуговування.

17. Мінімальна кількість матеріальних ресурсів, що забезпечує безперервність виробництва й обігу.

- а) норма запасу;
- б) обсяг запасу;
- в) залишок запасу;
- г) рівень запасу.

18. Основними принципами нормування товарних запасів є:

- а) оптимальність, надійність, науковість, реальність, ефективність;
- б) обгрунтованість, науковість, ефективність;
- в) оптимальність, ризиковість, реальність, ефективність обгрунтованість, інформативність;
- г) оптимальність, результативність, обгрунтованість, інноваційність, реальність, екологічність;

19. До методів управління товарними запасами належить

...

- а) ABC-аналіз;
- б) XYZ-аналіз;
- в) SWOT-аналіз;
- г) відповіді а та б.

20. Підпорядкована генеральній меті торговельного підприємства діяльність із закупівлі та доставки на підприємство товарних ресурсів необхідного обсягу, асортименту та якості.

- а) товарне забезпечення обороту;
- б) управління товарними запасами;
- в) товарний менеджмент;
- г) планові закупівлі товарів.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 62-101.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 138-157.
3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 63-76.
4. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 20-36.
5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 81-104.

**ТЕМА 11. ПЕРСОНАЛ ТА ОПЛАТА ПРАЦІ НА
ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

План лекції

1. Характеристика персоналу торговельного підприємства.
2. Етапи проведення аналізу персоналу й оплати праці на торговельному підприємстві.
3. Продуктивність праці працівників торговельного підприємства.
4. Форми і системи оплати праці та матеріальне стимулювання на підприємствах торгівлі.
5. План з праці торговельного підприємства та методика його розробки.

Тестові завдання

1. Сукупність осіб, що працюють на певному підприємстві та вкладають свою працю, фізичні та розумові здібності, знання та навички в проведення господарсько-фінансової діяльності підприємства, реалізацію його статутних завдань.

- а) персонал підприємства;
- б) кадри;
- в) трудовий колектив;
- г) трудові ресурси.

2. *Всі працівники, зайняті закупівлею, транспортуванням, зберіганням, підготовкою та реалізацією товарів, виконанням інших господарських функцій, пов'язаних із торгово-технологічною діяльністю підприємства та його функціонуванням в якості самостійного суб'єкта ринку.*

- а) невиробничий персонал;
- б) виробничий персонал;
- в) допоміжний персонал;
- г) управлінський персонал.

3. *Працівники, які мають належну спеціальну підготовку та займаються інженерно-технічними, економічними, комерційними та іншими спеціальними роботами на підприємстві.*

- а) керівники;
- б) спеціалісти;
- в) службовці;
- г) робітники.

4. *За функціональним розподілом праці працівників торговельних підприємств поділяють на:*

- а) персонал управління, торговельно-оперативний персонал, допоміжний персонал;
- б) працівники виробництва, працівники торговельного залу;
- в) персонал основного та неосновного виду діяльності, допоміжний персонал, персонал торговельного залу;
- г) персонал управління, торговельно-оперативний персонал, допоміжний персонал, працівники виробництва, працівники торговельного залу.

5. *Вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідного комплексу спеціальних знань та практичних навичок.*

- а) професія;

- б) спеціальність;
- в) спеціалізація;
- г) кваліфікація.

6. Сукупність спеціальних знань та практичних навичок, що визначають ступінь його підготовленості до виконання професійних функцій певної складності.

- а) професія;
- б) спеціальність;
- в) спеціалізація;
- г) кваліфікація.

7. Залежно від кваліфікаційного рівня персонал підприємства поділяють на групи:

- а) спеціалістів вищої та середньої кваліфікації, спеціалістів-практиків;
- б) висококваліфікованих, кваліфікованих, малокваліфікованих та некваліфікованих робітників;
- в) спеціалістів 1-ї, 2-ї, 3-ї, 4-ї категорії;
- г) відповіді а та б вірні.

8. Залежно від характеру трудових відносин працівників підприємства поділяють на:

- а) постійних та тимчасових;
- б) основних та допоміжних;
- в) штатних та позаштатних;
- г) основні та тимчасові.

9. Працівників, які працюють на торговельному підприємстві на контрактних умовах називають ...

- а) постійними;
- б) тимчасовими;
- в) допоміжними;
- г) сумісниками.

10. Для аналізу динаміки чисельності персоналу торговельного підприємства використовують наступні показники:

- а) облікова чисельність, явочна чисельність, середньооблікова чисельність;

- б) коефіцієнт співвідношення торгово-оперативного та управлінського персоналу, коефіцієнт кваліфікованості персоналу, коефіцієнт стабільності забезпечення персоналом;
- в) коефіцієнт вибуття персоналу, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт плинності;
- г) всі відповіді вірні.

11. Показник, який характеризує відсоток звільнених працівників підприємства з причин не пов'язаних з торговельно-технологічним процесом (скорочення та ін.) за певний період.

- а) коефіцієнт вибуття персоналу;
- б) коефіцієнт оновлення персоналу;
- в) коефіцієнт прийому персоналу;
- г) коефіцієнт плинності персоналу.

12. Для аналізу руху персоналу використовують такі показники як ...

- а) облікова чисельність, явочна чисельність, середньооблікова чисельність;
- б) питома вага фонду оплати праці в поточних витратах підприємства, питома вага фонду оплати праці в доході підприємства, рівень витрат на оплату праці у відсотках до товарообороту;
- в) коефіцієнт співвідношення торгово-оперативного та управлінського персоналу, коефіцієнт кваліфікованості персоналу, коефіцієнт стабільності забезпечення персоналом;
- г) коефіцієнт вибуття персоналу, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт плинності.

13. Продуктивність праці це ...

- а) результат праці, отриманий на одиницю витрат, пов'язаних з використанням трудових ресурсів підприємства;
- б) кількісні результати діяльності торговельного підприємства;
- в) якість торговельних послуг,

г) раціональність використання робочого часу й організації торгово-технологічного процес.

14. Показник, що характеризує обсяг товарообороту, реалізованого одним робітником підприємства торгівлі за певний проміжок часу.

- а) виробіток;
- б) трудомісткість;
- в) прибутковість персоналу;
- г) продуктивність праці в порівняльних цінах на один людино-день.

15. Трудомісткість – це ...

- а) показник, що характеризує витрати робочого часу на виробництво певної споживної вартості або на виконання конкретної технологічної операції;
- б) величина, обернена до праці, яка дорівнює сумі всіх витрат праці на одиницю продукції;
- в) трудовитрати на досягнення одиниці результату (товарообігу);
- г) всі відповіді вірні.

16. Грошове вираження вартості робочої сили, яке виступає у формі заробітку виплаченого власником підприємства, працівнику за виконану ним роботу.

- а) заробітна плата;
- б) матеріальне стимулювання;
- в) премія;
- г) винагорода за працю.

17. Відрядна форма оплати праці включає:

- а) пряму та непряму відрядну системи оплати праці;
- б) відрядно-преміальну та відрядно-прогресивну системи оплати праці;
- в) акордну систему оплати праці;
- г) всі відповіді вірні.

18. Система погодинної оплати праці, яка передбачає визначення заробітної плати працівників, на основі

фактично відпрацьованого часу та годинної тарифної ставки відповідного розряду.

- а) проста погодинна;
- б) погодинна-преміальна;
- в) погодинна система оплати праці за посадовими окладами;
- г) погодинна.

19. Сукупність тарифних розрядів, які характеризують ступінь складності, важливості, та відповідальності робіт, а також тарифних коефіцієнтів, що відповідають кожному розряду.

- а) тарифна ставка;
- б) тарифна сітка;
- в) тарифна норма;
- г) тарифний розряд.

20. Грошові виплати, які сплачуються з метою компенсації додаткових витрат або складних умов праці окремих працівників.

- а) доплати;
- б) надбавки;
- в) премії;
- г) винагороди.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 103-120.
2. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 76-90.
3. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 53-69.
4. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 221-250.

ТЕМА 12. ОСНОВНІ ФОНДИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

План лекції

1. Сутність та склад основних фондів торговельного підприємства.
2. Оцінка та відтворення основних фондів.
3. Аналіз стану основних фондів торговельного підприємства.
4. Аналіз ефективності використання основних фондів.
5. Управління основними фондами підприємства.

Тестові завдання

1. Засоби праці, які використовуються у торговельній та виробничій діяльності підприємства впродовж періоду, який перевищує 365 календарних днів від дати їх вводу до експлуатації, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

- а) виробничі фонди;
- б) основні фонди;
- в) обігові фонди;
- г) невиробничі фонди.

2. За цільовим призначенням в складі основних виробничих фондів торговельного підприємства виділяють:

- а) будівлі та споруди, передавальні засоби (системи водопостачання, тепlopостачання, електропостачання та ін.);
- б) машини та устаткування, транспортні засоби пересування, призначені для переміщення людей та вантажу;
- в) інструменти, виробничий інвентар та приладдя, господарський інвентар, багаторічні насадження;
- г) всі відповіді вірні.

3. Залежно від участі у торговельно-технологічному та виробничому процесі в складі виробничих фондів розрізняють:

- а) активну та пасивну частини;
- б) основну та допоміжну частини;

- в) головну та додаткову частини;
- г) активну та неактивну частини.

4. Сукупність основних засобів, що знаходяться у розпорядженні підприємства незалежно від порядку їх формування, а також його оборотних активів (сировина, паливо, матеріали та інші матеріальні ресурси) це ...

- а) матеріально-технічна база підприємства;
- б) матеріально-технічне забезпечення підприємства;
- в) майно підприємства;
- г) основні фонди підприємства.

6. Первісна вартість основних засобів – це ...

- а) сума витрат підприємства на створення основних фондів та введення в дію: витрати на будівництво будівель, споруд; придбання машин та обладнання (в т. ч. витрати на доставку та монтаж, на розробку проектно-кошторисної документації), страхування;
- б) вартість відновлення основних засобів за сучасних умов;
- в) вартість основних фондів, яку підприємство очікує отримати від їх ліквідації (продажу) по закінченню терміну корисного використання за мінусом витрат, що пов'язаних з їх ліквідацією;
- г) реальна вартість основних засобів, яку ще не перенесено на вартість виробленої продукції (робіт, послуг).

7. Вартість основних фондів, яку підприємство очікує отримати від їх ліквідації (продажу) по закінченню терміну корисного використання за мінусом витрат, що пов'язаних з їх ліквідацією називають ...

- а) залишковою;
- б) ліквідаційною;
- в) справедливою;
- г) відновлювальною.

8. Реальна вартість основних засобів, яку ще не перенесено на вартість виробленої продукції (робіт, послуг), що дорівнює різниці між первісною вартістю та сумою накопиченого на момент оцінки зносу основних засобів у

зв'язку з їх спрацюванням.

- а) залишкова вартість;
- б) балансова вартість;
- в) ліквідаційна вартість;
- г) відновлювальна вартість.

9. Систематичний розподіл вартості основних засобів, інших необоротних і нематеріальних активів, протягом строку їх корисного використання називається ...

- а) зносом;
- б) експлуатацією;
- в) амортизацією;
- г) спрацюванням.

10. Знос основних засобів буває:

- а) фізичний і моральний;
- б) фізичний і економічний;
- в) економічний і науково-технічний;
- г) моральний і поточний;

11. Спрацювання основних фондів, що передбачає втрату техніко-експлуатаційних властивостей унаслідок використання або впливу природних сил.

- а) фізичний знос;
- б) виробний знос;
- в) моральний знос;
- г) природний знос.

12. Процес знецінення діючих засобів праці до настання їх повного фізичного спрацювання під впливом науково-технічного прогресу.

- а) моральне зношування;
- б) фізичне спрацювання;
- в) техніко-економічне старіння;
- г) відповіді а і в вірні.

13. Метод амортизації основних засобів, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів.

- а) метод зменшення залишкової вартості;
- б) кумулятивний;
- в) прямолінійний;
- г) виробничий.

14. Метод амортизації основних засобів, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації.

- а) метод зменшення залишкової вартості;
- б) кумулятивний;
- в) метод прискореного зменшення залишкової вартості;
- г) виробничий.

15. Кумулятивний метод нарахування амортизації передбачає, що ...

- а) річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації;
- б) річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів;
- в) річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта;
- г) річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється, виходячи зі строку корисного використання об'єкта, і подвоюється.

16. Для аналізу ефективності використання основних засобів підприємства використовують такі показники ...

- а) коефіцієнт оновлення та вибуття;
- б) коефіцієнт приросту та відновлення;
- в) коефіцієнт придатності, матеріального зносу, зносу та терміном експлуатації та вартістю основних фондів;

г) фондівддача, фондоемність, фондоозброєність, віддача складської площі, товарооборотівддача.

17. До показників інтенсивності відновлення основних фондів не належить ...

- а) коефіцієнт оновлення;
- б) коефіцієнт приросту;
- в) коефіцієнт придатності;
- г) швидкість відновлення основних фондів.

18. Показник ефективності використання основних фондів, який характеризує обсяг товарообігу, що припадає на одиницю основних засобів підприємства.

- а) фондоозброєність;
- б) фондівддача;
- в) фондоемність;
- г) віддача складської площі.

19. Показник ефективності використання основних фондів, який відображає середню суму основних фондів, що припадає на одного працівника торговельного підприємства.

- а) фондоозброєність;
- б) фондівддача;
- в) фондоемність;
- г) віддача складської площі.

20. Товарооборотівддача торговельної площі – це показник ефективності використання основних фондів торговельного підприємства, який ...

- а) відображає середню суму основних фондів, що припадає на одного працівника торговельного підприємства;
- б) характеризує обсяг товарообігу, що припадає на одиницю основних засобів підприємства;
- в) характеризує розмір товарообороту на 1 м² торговельної площі підприємства;
- г) характеризує розмір прибутку на одиницю основних фондів у грошовому вимірі.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 123-132.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 251-270.
3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 90-102.
4. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 36-47.

ТЕМА 13. ВИТРАТИ ОБІГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

План лекції

1. Суть поточних витрат і витрат обігу торговельного підприємства, їх класифікація.
2. Номенклатура витрат обертання та їх характеристика.
3. Фактори, що обумовлюють обсяг та рівень витрат обігу торговельного підприємства.
4. Показники, що характеризують поточні витрати та витрати обігу торговельного підприємства, особливості їх розрахунку.
5. Послідовність аналізу поточних витрат торговельного підприємства.
6. Планування поточних витрат торговельного підприємства.

Тестові завдання

1. Витрати торговельно підприємства – це ...

- a) сукупність затрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства;
- б) спожита частину матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;

в) зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу;

г) всі відповіді вірні.

2. Сумарна вартість реалізованих у визначеному періоді товарних запасів торговельного підприємства, а також транспортно-заготовчих витрат, що припадають на реалізовані товари.

а) собівартість виробленої продукції;

б) собівартість реалізованих товарів;

в) витрати обертання;

г) поточні витрати.

3. Представлені в грошовій формі поточні витрати торговельного підприємства на здійснення процесу реалізації товарів та надання торговельних послуг покупцям, які складають за своєю суттю собівартість послуг з доведення товарів від виробника до споживача.

а) прями витрати;

б) собівартість реалізованих товарів;

в) витрати обертання;

г) поточні витрати.

4. За торговельно-технологічними операціями, витрати торговельних підприємств поділяють на:

а) витрати на придбання товарів для реалізації, матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати;

б) витрати на закупівлю товарів, транспортування товарів, складування товарів, зберігання товарів, витрати на передпродажну підготовку та реалізацію товарів, надання додаткових послуг;

в) витрати від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності;

г) витрати роздрібною, оптовою, оптово-посередницької торгівлі.

5. За можливістю віднесення на конкретні результати

торговельної діяльності, витрати торговельних підприємств поділяють на:

- а) прямі та непрямі витрати;
- б) прості та комплексні витрати;
- в) змінні та постійні витрати;
- г) бухгалтерські та економічні витрати.

6. Вид витрат, загальна величина яких знаходиться в безпосередній залежності від обсягу реалізації та товарообороту (транспортні витрати, витрати на пакування і фасування товарів, затрати на оплату відсотків за користування кредитом).

- а) прямі витрати;
- б) непрямі витрати;
- в) змінні витрати;
- г) постійні витрати.

7. Поточні витрати, які у повному обсязі можуть бути віднесені до того або іншого результату торговельної діяльності.

- а) прямі витрати;
- б) непрямі витрати;
- в) економічні витрати;
- г) бухгалтерські витрати.

8. Витрати обігу – це ...

- а) сумарна вартість реалізованих у визначеному періоді товарних запасів торговельного підприємства, а також транспортно-заготовчих витрат, що припадають на реалізовані товари;
- б) представлені у грошовій формі витрати підприємства на здійснення процесу реалізації товарів, які складають за своєю суттю собівартість послуг з доведення товарів від виробника до споживача та пов'язаних зі зміною форм вартості;
- в) зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за

рахунок його вилучення або розподілу власниками) за звітний період;

- г) витрати, що характеризують повний обсяг понесених поточних витрат торговельного підприємства та відображаються його бухгалтерським обліком.

9. За номенклатурою поточних витрат витрати обігу включають:

- а) витрати на перевезення, оплату праці, оренду та утримання основних фондів, амортизаційні відрахування на повне відновлення основних фондів і нематеріальних активів, витрати на поточний ремонт основних фондів, знос та утримання малоцінних і швидкозношуваних предметів;
- б) витрати на зберігання, підсорткування, обробку, пакування і передпродажну підготовку товарів, витрати на тару, витрат на рекламу, втрати товарів в межах норм природного убутку під час перевезення зберігання та реалізації;
- в) відсотки за кредит, відрахування на соціальні заходи, витрати на обов'язкове страхування майна;
- г) всі відповіді вірні.

10. До факторів зовнішнього середовища, що обумовлюють обсяг та рівень витрат обігу торговельного підприємства належать:

- а) стан ринків виробництва, кон'юнктура споживчого ринку;
- б) стан економіки країни в цілому, механізм державного регулювання торговельно-господарської діяльності;
- в) обсяг товаробороту, структура капіталу підприємства;
- г) відповіді а та б вірні.

11. До факторів внутрішнього середовища, що обумовлюють обсяг та рівень витрат обігу торговельного підприємства не належить:

- а) кон'юнктура споживчого ринку;
- б) обсяг товаробороту;
- в) структура капіталу підприємства;
- г) стан і ефективність використання основних засобів та трудових ресурсів.

12. Рівень поточних витрат визначається за формулою ...

- а) $PВ:ТО \times 100\%$;
- б) $ВО:ТО \times 100\%$;
- в) $\Delta ВО:\Delta ТО$;
- г) $ТО:ВО$.

13. Який показник характеризує приріст загальних витрат при збільшенні обсягу реалізації товарів на одну додаткову одиницю?

- а) рівень поточних витрат;
- б) рівень змінних витрат;
- в) рівень витрат обертання;
- г) граничні витрати.

14. До відносних показників, що характеризують ефективність поточних витрат торговельного підприємства належать:

- а) витратовіддача;
- б) доходність витрат;
- в) рентабельність витрат;
- г) всі відповіді вірні.

15. Витратовіддача – це ...

- а) показник характеризує розміри одержання валового доходу на одиницю витрат (поточних витрат або витрат обертання);
- б) показник характеризує обсяг одержання прибутку (до оподаткування або чистого) на одиницю витрат (поточних витрат або витрат обертання) у відсотковому вираженні;
- в) показник характеризує товарооборот підприємства на одиницю понесених витрат (поточних витрат або витрат обертання);
- 2) показник характеризує приріст загальних витрат при збільшенні обсягу реалізації товарів на одну додаткову одиницю.

16. Показник, який характеризує обсяг одержання прибутку (до оподаткування або чистого) на одиницю витрат

(поточних витрат або витрат обертання) у відсотковому вираженні.

- а) рівень поточних витрат;
- б) витратовіддача;
- в) доходність витрат;
- г) рентабельність витрат.

17. Основними джерелами інформації для проведення аналізу витрат обігу підприємства є ...

- а) форма № 2 бухгалтерської звітності «Звіт про фінансові результати діяльності підприємства»;
- б) форма № 1 бухгалтерської звітності «Баланс»;
- в) ф. № 5 статистичної звітності «Звіт про витрати обігу», та форма № 1-кр. "Звіт про товарообіг";
- г) всі відповіді вірні.

18. Метод планування витрат торговельного підприємства, який передбачає розрахунок загальної суми поточних витрат або витрат обертання виходячи з рівня змінних та обсягу постійних витрат, які фактично склалися в звітному періоді з урахуванням впливу на їх розмір окремих факторів, що будуть мати місце в плановому періоді.

- а) метод прямих техніко-економічних розрахунків;
- б) факторно-аналітичний метод;
- в) економіко-математичний метод;
- г) метод імітаційного моделювання.

19. До основних методів планування поточних витрат та витрат обігу торговельного підприємства не належить:

- а) метод імітаційного моделювання,
- б) метод оптимізаційного моделювання;
- в) метод індукції та дедукції;
- г) метод прямих техніко-економічних розрахунків.

20. Основна мета планування витрат торговельного підприємства полягає у ...

- а) визначенні суми поточних витрат підприємства на плановий період;
- б) дослідженні факторів, що впливають на обсяг, структуру та

- рівень витрат торговельного підприємства;
- в) розрахунку загальної суми витрат, необхідної для забезпечення нормальної роботи та якісного обслуговування споживачів, з урахуванням наявних резервів зниження витрат;
 - г) пошуку резервів зниження витрат.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 135-149.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 314-343.
3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 102-115.
4. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 69-78.
5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 168-203.

ТЕМА 14. ДОХОДИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

План лекції

1. Економічна сутність, склад та джерела утворення доходів торговельного підприємства.
2. Фактори, що визначають розмір доходів торговельного підприємства та резерви їх зростання.
3. Показники, що характеризують рівень комерційного доходу від реалізації товарів торговельного підприємства.
4. Аналіз доходів торговельного підприємства.
5. Обґрунтування планового обсягу доходів підприємства.

Тестові завдання

1. Дохід (виручка) від реалізації товарів – це ...

- а) сума товарообороту за цінами реалізації, тобто без вирахування витрат на придбання товарів і податків із продажу;
- б) сума виручки, що отримана в певному періоді від реалізації товарів та інших активів, а також надходжень від позареалізаційних операцій, пов'язаних зі здійсненням господарської діяльності;
- в) загальний дохід від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг без вирахування наданих знижок, повернення раніше проданих товарів та непрямих податків і зборів;
- г) всі відповіді вірні.

2. За характером діяльності торговельного підприємства доходи поділяють на ...

- а) доходи від звичайної діяльності та надзвичайні доходи;
- б) комерційний дохід та загальний дохід від реалізації товарів;
- в) доходи звітного та майбутнього періодів;
- г) оподаткований дохід та дохід, що не підлягає оподаткуванню.

3. За джерелами формування доходи торговельних підприємств поділяють на ...

- а) комерційний дохід та загальний дохід від реалізації товарів;
- б) оподаткований дохід та дохід, що не підлягає оподаткуванню;
- в) доходи від реалізації товарів покупцям, доходи від реалізації інших видів активів, доходи за позареалізаційними операціями;
- г) доходи від роздрібної, оптової та оптово-посередницької торгівлі.

4. Дохід, торговельного підприємства, що являє собою суму реалізованої торговельної націнки, що виступає як різниця між продажною та покупною ціною товарів.

- а) загальний дохід від реалізації товарів;
- б) комерційний дохід від реалізації товарів;

- в) дохід від звичайної діяльності;
- г) оподатковуваний дохід.

5. Джерелами формування доходів від реалізації товарів є ...

- а) збутова надбавка,
- б) торговельна надбавка;
- в) торговельна знижка з продажної ціни товару;
- г) всі відповіді вірні.

6. Відповідно до П(С)БО 15 «Дохід» до доходів від операційної діяльності підприємства не належить:

- а) дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- б) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- в) інші операційні доходи;
- г) дохід від участі в капіталі.

7. Чистий дохід (виручку) від реалізації продукції визначають:

- а) дохід (виручка) від реалізації продукції – ПДВ;
- б) дохід (виручка) від реалізації продукції – ПДВ – акциз;
- в) дохід (виручка) від реалізації продукції – ПДВ – акциз – інші вирахування з доходу;
- г) дохід (виручка) від реалізації продукції – ПДВ – акциз – інші вирахування з доходу – інші операційні витрати.

8. Обсяг доходів торговельного підприємства від реалізації товарів залежить від

- а) кількості реалізованих товарів;
- б) ціни їх закупівлі;
- в) ціни реалізації;
- г) всі відповіді вірні.

9. Рівень комерційного доходу від реалізації товарів визначається за формулою ...

- а) $КД:ТО \times 100\%$;
- б) $ТО:КД \times 100\%$
- в) $КД:(ТО-КД) \times 100\%$;
- г) $П:КД \times 100\%$.

10. За якому з формул визначається рівень торговельної націнки?

- а) $КД:ТО \times 100\%$;
- б) $ТО:КД \times 100\%$
- в) $КД:(ТО-КД) \times 100\%$;
- г) $П:КД \times 100\%$.

11. До показників, що характеризують обсяг та рівень комерційного доходу від реалізації товарів торговельного підприємства відносять ...

- а) рівень комерційного доходу від реалізації товарів, рівень торговельної націнки;
- б) рентабельність комерційного доходу, рентабельність валового доходу торговельного підприємства;
- в) рівень комерційного доходу від реалізації товарів, рівень торговельної націнки, рентабельність комерційного доходу та валового доходу торговельного підприємства;
- г) рівень комерційного доходу від реалізації товарів, рентабельність комерційного доходу.

12. Основним джерелом аналізу доходів торговельного підприємства є:

- а) форма №2 «Звіт про фінансові результати»;
- б) форма №1 «Баланс»;
- в) форма №4 «Звіт про рух грошових коштів»;
- г) форма № 4 «Звіт про власний капітал».

13. Метою аналізу доходів торговельного підприємства є

- а) дослідження процесу формування доходів, визначення основних тенденцій та закономірностей;
- б) вивчення основних причин зміни доходів у динаміці і порівняння з аналогічними підприємствами в регіоні, з показниками підприємств-конкурентів;
- в) виявлення та кількісна оцінка факторів, що обумовлюють обсяг та рівень доходів;
- г) всі відповіді вірні.

14. Вид аналізу доходів підприємства, який пов'язаний із вивченням минулих тенденцій.

- а) перспективний аналіз;
- б) ситуаційний аналіз;
- в) ретроспективний аналіз;
- г) експрес-аналіз.

15. Аналіз загального обсягу, динаміки та складу доходів охоплює:

- а) аналіз абсолютних показників загального обсягу доходів підприємства в динаміці;
- б) аналіз відносної зміни загального обсягу доходів підприємства порівняно з попередніми періодами;
- в) аналіз структури доходів в розрізі їх видів;
- г) всі відповіді вірні.

16. Аналіз доходів, який базується на використанні всього комплексу економічної інформації, первинних документів і даних бухгалтерського обліку і звітності.

- а) внутрішній аналіз;
- б) зовнішній аналіз;
- в) комплексний аналіз;
- г) загальний аналіз.

17. Показник, який характеризує частку прибутку у відсотковому значенні, що отримано за рахунок комерційного доходу.

- а) рівень комерційного доходу від реалізації товарів;
- б) рівень торговельної націнки;
- в) рентабельність комерційного доходу;
- г) рентабельність валового доходу.

18. До резервів підвищення суми комерційного доходу за рахунок збільшення обсягу реалізації товарів не належить:

- а) інтенсифікація рекламної і інформаційної діяльності торгового підприємства;
- б) підвищення рівня торговельного обслуговування з відповідним підвищенням рівня цін на окремі товари;
- в) розширення системи додаткових торгових послуг, пов'язаних із реалізацією товарів;
- г) диверсифікація асортименту шляхом включення в

асортиментний перелік взаємозамінних і взаємодоповнюючих товарів, що дозволяють підвищити комплексність покупок.

19. Основними резервами підвищення комерційного доходу за рахунок зниження рівня цін закупівлі товарів є:

- а) скорочення кількості посередників при закупівлі товарів;
- б) використання системи цінових знижок в процесі укладання угод на закупівлю партій товарів;
- в) закупівля окремих товарів за кордоном в періоди сприятливих співвідношень курсів національної і іноземних валют (зниженні курсів іноземних валют);
- г) всі відповіді вірні.

20. До резервів підвищення комерційного доходу за рахунок збільшення рівня цін реалізації товарів відносять:

- а) підвищення рівня торговельного обслуговування з відповідним підвищенням рівня цін на окремі товари;
- б) використання системи цінових знижок в процесі укладання угод на закупівлю партій товарів;
- в) здійснення ефективної маркетингової політики на підприємстві;
- г) продаж вільних грошових коштів на фінансовому ринку шляхом придбання інвестиційних сертифікатів, відкриття депозитних рахунків.

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 152-166.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 290-314.
3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 115-130.

4. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 83-86.
5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 203-238.

ТЕМА 15. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

План лекції

1. Сутність, функції та види прибутку торговельного підприємства
2. Рентабельність торговельного підприємства та показники, що її характеризують
3. Фактори, що формують прибутки та рентабельність торговельного підприємства та резерви їх зростання.
4. Аналіз прибутковості торговельного підприємства.
5. Обґрунтування прогнозу і плану прибутку підприємства.
6. Розподілу та використання чистого прибутку торговельного підприємства.

Тестові завдання

1. Фінансовим результатом діяльності підприємства є ...

- а) прибуток;
- б) збиток;
- в) прибуток або збиток;
- г) дохід від реалізації продукції.

2. Чистий дохід підприємця на вкладений капітал, який характеризує його винагороду за ризик здійснення торговельної діяльності та являє собою різницю між сукупним доходом та сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності.

- а) торговельний прибуток;
- б) прибуток;

- в) збиток;
- г) валовий прибуток.

3. Чистий фінансовий результат визначають:

- а) дохід (виручка) від реалізації продукції – ПДВ – акциз – інші вирахування з доходу;
- б) прибуток (збиток) від операційної діяльності до оподаткування + прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування – витрати (дохід) із податку на прибуток;
- в) прибуток (збиток) від операційної діяльності + дохід від участі в капіталі + інші фінансові доходи + інші доходи – фінансові витрати – втрати від участі в капіталі – інші витрати;
- г) чистий дохід від реалізації продукції – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

5. Які функції виконує прибуток торговельного підприємства?

- а) оціночну, розподільчу, стимулюючу;
- б) економічну, мотиваційну, розподільчу;
- в) аналітичну, розподільчу, фінансову,
- г) оціночну, контрольну, стимулюючу.

6. Як характеризується прибуток залежно від його розмірів?

- а) мінімальний, необхідний, максимальний;
- б) мінімальний, середній, максимальний;
- в) мінімальний, цільовий, максимальний;
- г) нормативний, необхідний.

7. Які є види прибутку за складом елементів, що його формують?

- а) мінімальний, цільовий, максимальний;
- б) маржинальний, валовий, чистий;
- в) нормальний, низький, високий;
- г) балансовий, оподатковуваний, чистий.

8. Прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє власників підприємств відповідно до

встановленого мінімального рівня рентабельності на вкладений капітал.

- а) мінімальний;
- б) цільовий;
- в) необхідний;
- г) нормативний.

8. Рентабельність товарообороту (продаж) розраховується як ...

- а) прибуток / собівартість реалізованої продукції $\times 100\%$;
- б) прибуток / товарооборот $\times 100\%$;
- в) дохід від реалізації продукції / товарооборот $\times 100\%$;
- г) валовий прибуток / товарооборот $\times 100\%$.

9. До зовнішніх факторів, які визначають величину прибутку та рентабельність належать ...

- а) система оподаткування, державне регулювання цін;
- б) державна політика з формування доходів;
- в) умови і ставки кредитування, нормативні документи галузі;
- г) всі відповіді вірні.

11. Що є основним фактором, який визначає величину прибутку?

- а) рівень ціни закупівлі товарів;
- б) кількість проданої продукції;
- в) роздрібна ціна одиниці продукції;
- г) розмір встановлених податків.

12. До внутрішніх факторів, які визначають величину прибутку та рентабельність не належить ...

- а) цінова політика підприємства;
- б) чисельність працівників та фонд оплати праці;
- в) умови та ставки кредитування;
- г) обсяг витрат обігу.

13. Які методи використовують у процесі планування прибутку торговельного підприємства?

- а) метод екстраполяції, аналітичний метод, метод цільового формування;

- б) метод прямого розрахунку, нормативний метод, метод "СVP";
- в) метод прогнозування грошового потоку, метод факторного моделювання;
- г) всі відповіді вірні.

14. Рентабельність власного капіталу розраховується як ...

- а) прибуток / власний капітал $\times 100\%$;
- б) прибуток / товарооборот $\times 100\%$;
- в) дохід від реалізації продукції / власний капітал $\times 100\%$;
- г) прибуток / середня вартість основних фондів $\times 100\%$.

15. Перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати.

- а) збиток;
- б) витрати;
- в) прибуток;
- г) фінансовий результат.

16. Фінансовий результат, який визначають як алгебраїчну суму валового прибутку, іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат – це:

- а) валовий прибуток;
- б) фінансовий результат прибуток (збиток) від операційної діяльності;
- в) фінансовий результат прибуток (збиток) до оподаткування;
- г) чистий прибуток (збиток).

17. Вид прибутку, який є джерелом фінансування розвитку підприємства, створення резервних фондів, виплати дивідендів?

- а) валовий прибуток;
- б) прибуток (збиток) від операційної діяльності;
- в) прибуток (збиток) до оподаткування;
- г) чистий прибуток (збиток).

18. Функція прибутку, як інструменту розподілу чистого доходу суспільства на частини, що акумулюються в

бюджетах різних рівнів та залишаються у розпорядженні підприємства.

- а) розподільча;
- б) стимулююча;
- в) оціночна;
- г) контролююча.

19. За характером відображення в обліку виділяють такі види прибутку ...

- а) балансовий, оподатковуваний, чистий;
- б) бухгалтерський, економічний;
- в) мінімальний, максимальний, цільовий;
- г) маржинальний, валовий, чистий.

20. Основним джерелом аналізу фінансових результатів є:

- а) форма №1 «Баланс»;
- б) форма №2 «Звіт про фінансові результати»;
- в) форма №3 «Звіт про рух грошових коштів»;
- г) форма № 4 «Звіт про власний капітал».

Список рекомендованих джерел

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. С. 170-184.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. С. 348-366.
3. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 "Фінанси". Харків: ХДУХТ, 2008. С. 115-130.
4. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. С. 83-90.
5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. С. 212-231.

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Поняття ринку як економічної категорії та структурованої частини економіки.
2. Економічна сутність ринку споживчих товарів та послуг і його характеристика.
3. Споживчий попит як форма прояву потреби та елемент ринку.
4. Пропозиція споживчих товарів: особливості, джерела формування товарних ресурсів.
5. Поняття кон'юнктури ринку та методи її дослідження.
6. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі як сфери обігу.
7. Сутність та принципи торгівлі як галузі народного господарства.
8. Основні функції торгівлі.
9. Форми організації та види торгівлі.
10. Сутність та функції роздрібної торгівлі.
11. Види роздрібно торгівельної мережі.
12. Роздрібні торговельні підприємства та торговельні одиниці.
13. Типи та формати роздрібних торговців.
14. Ярмаркова та виставкова діяльність.
15. Торговельно-технологічний процес у магазині.
16. Сутність та функції оптової торгівлі.
17. Види оптової торгівлі.
18. Структура та інфраструктура оптової торгівлі.
19. Види оптових торговельних підприємств та їх класифікація.
20. Складський товарно-технологічний процес на підприємствах оптової торгівлі.
21. Поняття торгово-посередницької діяльності та її характеристика.
22. Класифікація оптових посередників.
23. Торгово-посередницькі операції.
24. Особливості діяльності посередників на біржовому ринку.
25. Поняття, структура та форми зовнішньої торгівлі.
26. Основні показники обсягів зовнішньої торгівлі.

27. Методи зовнішньоторговельної діяльності.
28. Ціноутворення в зовнішній торгівлі.
29. Особливості окремих умов контрактів. Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів ІНКОТЕРМС.
30. Державне регулювання зовнішньої торгівлі.
31. Сутність, функції та види підприємництва.
32. Особливості торговельного підприємництва.
33. Торговельне підприємство як основний суб'єкт торговельної діяльності.
34. Класифікація торговельних підприємств: види та організаційно-правові форми .
35. Об'єднання торговельних підприємств.
36. Законодавчо-правові основи здійснення торговельного підприємництва.
37. Місія та система стратегічних цілей торговельного підприємства.
38. Стратегія діяльності торговельного підприємства: її суть та види.
39. Етапи розробки та реалізації стратегії торговельного підприємства.
40. Моніторинг та прогноз стану зовнішнього середовища торговельного підприємства.
41. Конкурентоспроможність торговельного підприємства та методи її оцінки.
42. Сутність товарообороту як показника господарської діяльності торговельного підприємства.
43. Класифікація товарообороту, характеристика його окремих видів та форм.
44. Фактори, що здійснюють вплив на обсяг товарообороту.
45. Управління товарооборотом торговельного підприємства.
46. Аналіз товарообороту підприємства торгівлі.
47. Планування обсягу та структури товарообороту торговельного підприємства.
48. Сутність та склад товарних запасів торговельного підприємства.

49. Показники, що характеризують стан товарних запасів торговельного підприємства.
50. Аналіз товарних запасів на підприємствах торгівлі.
51. Фактори, що обумовлюють обсяги та швидкість обертання товарних запасів.
52. Нормування та планування товарних запасів.
53. Формування товарного забезпечення товарообороту торговельного підприємства.
54. Характеристика персоналу торговельного підприємства.
55. Етапи проведення аналізу персоналу й оплати праці на торговельному підприємстві.
56. Продуктивність праці працівників торговельного підприємства.
57. Форми і системи оплати праці та матеріальне стимулювання на підприємствах торгівлі.
58. План з праці торговельного підприємства та методика його розробки.
59. Сутність та склад основних фондів торговельного підприємства.
60. Оцінка та відтворення основних фондів.
61. Аналіз стану основних фондів торговельного підприємства.
62. Аналіз ефективності використання основних фондів.
63. Управління основними фондами торговельного підприємства.
64. Суть поточних витрат і витрат обігу торговельного підприємства, їх класифікація.
65. Номенклатура витрат обертання та їх характеристика.
66. Фактори, що обумовлюють обсяг та рівень витрат обігу торговельного підприємства.
67. Показники, що характеризують поточні витрати та витрати обігу торговельного підприємства, особливості їх розрахунку.
68. Послідовність аналізу поточних витрат торговельного підприємства.
69. Планування поточних витрат торговельного підприємства.

70. Економічна сутність, склад та джерела утворення доходів торговельного підприємства.
71. Фактори, що визначають розмір доходів торговельного підприємства та резерви їх зростання.
72. Показники, що характеризують обсяг та рівень комерційного доходу від реалізації товарів торговельного підприємства.
73. Аналіз доходів торговельного підприємства.
74. Обґрунтування планового обсягу доходів торговельного підприємства.
75. Сутність, функції та види прибутку торговельного підприємства.
76. Рентабельність торговельного підприємства та показники, що її характеризують.
77. Фактори, що формують прибутки та рентабельність торговельного підприємства та резерви їх зростання.
78. Аналіз прибутковості торговельного підприємства.
79. Обґрунтування прогнозу і плану прибутку підприємства.
80. Розподілу та використання чистого прибутку торговельного підприємства.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

Тестові завдання є одним з видів поточного контролю знань студентів.

Тестові завдання для самоконтролю до кожної теми дисципліни «Економіка торгівлі» складаються з 20 тестових запитань. Кожне тестове запитання має 4 варіанти відповіді, серед яких може бути декілька вірних варіантів.

Критерії оцінювання тестового завдання:

- повна та вірна відповідь на одне тестове запитання оцінюється в 0,25 балів;
- часткова і неповна відповідь на тестове запитання оцінюється в 0 балів;
- загальна максимальна кількість балів за тестове завдання до теми оцінюється в 5 балів.

Розрахунок загального балу за тестове завдання

*Кількість правильних
відповідей*

*Загальна кількість балів за
тестове завдання*

1	0,25
2	0,50
3	0,75
4	1
5	1,25
6	1,50
7	1,75
8	2
9	2,25
10	2,50
11	2,75
12	3
13	3,25
14	3,50
15	3,75
16	4
17	4,25
18	4,50
19	4,75
20	5

ДОДАТОК А

Варіант оформлення бланку відповідей

Тестове завдання до теми _____
ПІБ _____ група _____
Кількість правильних відповідей _____ оцінка _____ балів

Критерії оцінювання тестового завдання:

- повна та вірна відповідь на одне тестове запитання оцінюється в 0,25 балів;
- часткова і неповна відповідь на тестове запитання оцінюється в 0 балів;
- загальна максимальна кількість балів за тестове завдання до теми оцінюється в 5 балів.

Завдання: дайте відповіді на тестові запитання 1-20 до теми. Кожне тестове запитання має 4 варіанти відповіді, серед яких може бути декілька вірних. Визначте правильний варіант(ти) відповіді і позначте його в бланку позначкою X або V.

№	Номер запитання																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Варіанти відповіді	А																				
	Б																				
	В																				
	Г																				

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
2. Біловодська О.А., Сигида Л.О.. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2017. 202 с.
3. Валеви́ч Р.П., Г.А. Давидова. Економіка організації торгівлі. Учебний посібник. Мінськ, 2008. 371 с.
4. Власова Н.О., Гросул В.А., Круглова О.А., Чорна М.В. Економіка торгівлі: навч. посіб. Харків: Світ Книг, 2014. 473 с.
5. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. №18-22. ст. 144. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/43615/ed20141106>
7. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 728 с.
8. Мазаракі А.А., Бланк І.О., Лігоненко Л.О. Внутрішня торгівлі в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія / за заг. наук. ред. А.А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2006.– 195 с.
9. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. 192 с.
10. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. 402 с.
11. Одарченко Д.М., Сподар К.В., Соколова Є.Б. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво». Харків: ХДУХТ, 2005. 68 с.
12. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на

- ринку споживчих товарів: Постанова КМУ від 15.06 2006 р. № 833. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006%D0%BF#Text>
13. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січ. 2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/406-18/ed20130704>.
 14. Роженко О.В. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 137 с.
 15. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять: ДСТУ 4303:2004. Національний стандарт України. від 01.07. 2005 р. URL: <http://www.dt-kt.com/natsionalniy-standart-ukrayini-dstu-4303-2004-rozdribna-ta-optova-torgivlya/>
 16. Рокочка В.В., Алькема В.Г., Терехов В.І., Одягайло Б.М., Ковтонюк К.В та інші. Міжнародна торговельна діяльність: підручник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «Крок»», 2018. 698 с.
 17. Савицька Н.Л. Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
 18. Сідун В.А., Ушакова Н.П., Гармаш В.В., Смокова Л.М. Економіка та планування в підприємствах торгівлі: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2005. 229 с.
 19. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 «Фінанси». Харків: ХДУХТ, 2008. 130 с.
 20. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. 116 с.
 21. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. с. 221.

22. Шакланова, Р. И., В. В. Юсова. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 468 с.
23. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 376 с.
24. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. – 376 с.

ПРО УКЛАДАЧА

Цибань Анжела Олександрівна – викладач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Черкаського державного бізнес-коледжу з 2011 року, спеціаліст II категорії.

У 2009 році закінчила з відзнакою Черкаський державний бізнес-коледж та здобула кваліфікацію бакалавра з економіки підприємства. У 2010 закінчила з відзнакою магістратуру Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини за спеціальністю «Економіка підприємства». У 2018 році закінчила магістратуру Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького за спеціальністю «Педагогіка вищої школи» та здобула кваліфікацію викладач університетів та закладів вищої освіти.

Нагороджена Почесною грамотою Управління освіти і науки Черкаської обласної державної адміністрації, 2016 р. та Грамотою Управління сім'ї, молоді та спорту Черкаської обласної державної адміністрації, 2016 р.

Автор навчально-методичного видання: «Національна економіка. Методичні рекомендації з дисципліни для студентів заочної форми навчання», 2012 р.

ЦИБАНЬ Анжела Олександрівна

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ
Збірник тестових завдань для самоконтролю

Комп'ютерний набір А. О. Цибань

Підписано до друку 01.04.2021 р. Формат 60x80¹/₁₆
Папір офсет. Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний.
Умов. друк. арк. 2,4. Тираж 20 прим. Зам. № 294

За довідками з питань реалізації
звертатись за тел. (0472) 64-05-15