

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ПРАКТИКУМ

з дисципліни «Економіка та організація торгівлі»
для студентів III року навчання бакалаврського рівня
спеціальності 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРАКТИКУМ

**з дисципліни «Економіка та організація торгівлі»
для студентів III року навчання бакалаврського рівня
спеціальності 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»**

Затверджено на засіданні кафедри Е.П та УБ

Протокол № 7 від 14 грудня 2020 р.

ОДЕСА ОНЕУ 2021

Балджи М.Д., Однолько В.О. Практикум з дисципліни «Економіка та організація торгівлі» для студентів III року навчання бакалаврського рівня спеціальності 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність». Одеса: ОНЕУ, 2021. 75 с.

Укладачі:

М.Д. Балджи д-р екон.наук, професор,

В.О. Однолько, канд. екон. наук, ст.викладач

Рецензенти:

О.М. Орленко, канд. екон. наук, ст.викладач кафедри ЕПтаОПД

Н. В. Доброва, канд. екон. наук, доцент

В.А. Карпов, канд. екон. наук, доцент

Коректор: А.О. Ковальова

ВСТУП

Предметом курсу «Економіка та організація торгівлі» виступають економічний механізм функціонування підприємств торгівлі в системі ринкових відносин, формування та використання їх ресурсного потенціалу; методичний інструментарій розробки завдань управління, аналізу та планування окремих показників діяльності підприємства. Обсяг знань, що знайшли відображення у структурі та сутності тем курсу, надає необхідні теоретичні знання та навички щодо практичної роботи на підприємствах сфери торгівлі та характеризує рівень підготовленості майбутнього фахівця до самостійного виконання відповідних функціональних обов'язків. Основним завданням вивчення дисципліни «Економіка та організація торгівлі» є формування у студентів теоретичних знань, набуття практичних навичок самостійно вирішувати фінансово-господарські задачі, здійснювати планово-економічні розрахунки, визначати економічну ефективність діяльності підприємств торгівлі, надавати оцінку соціально-економічним наслідкам прийнятих рішень.

Практичні завдання, що увійшли до практикуму, розроблені на основі вивчення прикладних матеріалів підприємств торгівлі. При цьому цифрові дані подано після відповідної обробки, стосовно до навчальних цілей.

Практикум включає 16 тем, до кожної з яких додається:

- рекомендована література до вивчення теми;
- перелік питань, теми рефератів, розрахункові чи ситуаційні задачі і завдання, кейси;
- основні формули для розв'язання задач та типові завдання, які допомагають набути досвід економічних розрахунків.

Дисципліна «Економіка та організація торгівлі» спрямована на отримання таких загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, що визначені освітньо-професійною програмою спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

загальні компетентності:

1. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
2. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;
2. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин;
3. Здатність з організації торгівлі та ведення підприємницької діяльності в сфері торгівлі і наданні послуг.

В результаті вивчення дисципліни студенти отримують такі *програмні результати навчання:*

1. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;
2. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати;
3. Застосовувати одержані знання і уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;
4. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці;
5. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;

6. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;

7. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;

8. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів;

9. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних, біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів;

10. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм;

11. Демонструвати вміння організації торгівлі та ведення підприємницької діяльності в сфері торгівлі й наданні послуг.

Приктикум призначений для студентів закладів вищої освіти, викладачів, аспірантів, фахівців зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівл та біржова діяльність» та інших зацікавлених осіб.

Тема 1. ПЕРЕДУМОВИ, ЗНАЧЕННЯ, СУТНІСТЬ ТОРГІВЛІ

Література до вивчення теми: [1; 2].

Питання до семінарського заняття:

1. З курсу економічної теорії пригадайте визначення понять «товарний обмін» і «торгівля». За яких умов економічні взаємовідносини між людьми можна назвати торгівлею?

2. Перерахуйте найбільш важливі групи функцій торгівлі. 3. Сформулюйте предмет і об'єкт дисципліни «Економіка та організація торгівлі». Визначте поняття і сутність торгівлі та системи торговельних відносин.

3. Обґрунтуйте місце торгівлі в економічній системі. Які ознаки характеризують торгівлю як систему?

4. Обґрунтуйте передумови виникнення торгівлі. Наведіть конкретні приклади.

5. Що таке товарообіг та які форми йому притаманні?

6. Визначте складові торгівлі в системі товарно-грошових відносин.

7. Якими показниками характеризується торговельна діяльність?

Теми рефератів:

1. Актуальні завдання розвитку пропозиції споживчих товарів.

2. Проблеми підтримки та сприяння діяльності національного товаровиробника.

3. Закон попиту. Особливості формування попиту на споживчі товари і послуги.

4. Тенденції розвитку торговельної інфраструктури в Україні та основні чинники, що їх визначають.

5. Торгівля – галузь підприємницької діяльності.

б. Місце та роль торгівлі в розвитку товарно-грошових відносин в період функціонування ринку.

Завдання на обміркування:

Завдання 1

Чому втручання держави в діяльність вільного ринку викликає економічні проблеми? І якщо держава знає про наявність подібних негативних наслідків регулювання цін, чому подібне цінове фіксування відбувається час від часу у будь-якій країні світу? Наведіть приклади державного втручання в діяльність вільного ринку. Обґрунтуйте причини такого втручання.

Завдання 2

Доведіть переваги теорії економічної рівноваги Л. Вальраса. Обґрунтуйте ринкову цінність товару (за Маршаллом). Чим відрізняються і в чому подібні точки зору на механізм досягнення ринкової рівноваги Вальраса і Маршалла?

Завдання 3

Якщо на ринку спостерігається зростання обсягу продажів при збільшенні ціни товару, чи означає це, що закон попиту тут не діє? Наведіть свої аргументи.

Завдання 4

Чи завжди ринковий обмін вигідний і продавцям, і покупцям? Наведіть свої аргументи.

Тема 2. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТОРГІВЛІ ТА ПОКАЗНИКИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 7].

Питання до семінарського заняття:

1. Визначте поняття і сутність організації торгівлі.
2. Сформулюйте поняття «організаційна діяльність», «господарсько-торговельна діяльність». У чому особливості організаційної діяльності у сфері торгівлі?
3. Які основні методи пізнання використовуються під час вивчення дисципліни? Охарактеризуйте основні категорії, принципи та закони теорії організації.
4. Поясніть основні принципи організації торгівлі як системи.

Теми рефератів:

1. Організація зовнішньої і внутрішньої торгівлі.
2. Організаційні форми торгівлі.
3. Види внутрішньої торгівлі.
4. Законодавча підтримка розвитку торгівлі в Україні.
5. Державне регулювання розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.

Ситуаційні завдання і кейси:

Завдання 1

Ви працюєте директором продуктового магазину, який розміщено у зручному для покупців місці і торгівля йшла дуже непогано до останнього часу. Однак півроку тому, навпроти відкрився магазин – продуктивий універсам, в якому ціни на продукти на 30% дешевше, ніж у Вас. Клієнти Вашого магазину «плавно перетекли» туди, а продажі Вашого магазину

впали. Які кроки Ви зробите, щоб подолати конкуренцію і повернути втрачені позиції?

Кейс

Компанія А випускає суспільно-політичну газету. Співробітники комерційного відділу збирають недостатньо реклами. Це означає, що газета недоотримує частину доходів. Друкована площа, передбачена для розміщення реклами, заповнюється текстом. Частина зарплати співробітників комерційного відділу складається з відсотків від продажів газети і від укладених угод з рекламодавцями. Отже, фахівці отримують менше, ніж могли б (і чим розраховували). Іншим співробітникам газети теж не видають преміальних, адже немає прибутку. Через це в газеті висока плинність кадрів.

На співбесідах при підборі нових співробітників замовчують про те, що у відділі текучка і що ще ніхто з фахівців не досяг бажаного рівня зарплати. Нові співробітники працюють пару місяців і йдуть з тих же причин, що і ті, які працювали до них. Після аналізу роботи комерційного відділу з'ясувалося: щоб укласти угоду з рекламодавцем, фахівці відділу повинні провести від 10 до 15 зустрічей на тиждень. Між іншим від виконання інших обов'язків (підвищення продажів газети) співробітників ніхто не звільняв. З огляду на специфіку ринку реклами і завантаженість фахівців роботою, плани зі збору реклами просто не можуть бути виконані. Розширювати відділ компанія не планує, тому що просто не може собі це дозволити.

Головний редактор пропонує для підвищення ефективності поміняти концепцію газети, подачу матеріалу і розміщення реклами або залишити все як є і постійно приймати нових фахівців замість тих, що пішли. Власник не згоден з головним редактором і стверджує, що відділ персоналу може і повинен вирішити це питання без зайвих витрат.

Що, на Вашу думку, призвело до виникнення проблеми? Чиє рішення є вірним – головного редактора або власника газети? Надайте рекомендації, як систематизувати роботу відділу.

Тема 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 7].

Питання до семінарського заняття:

1. У чому полягає сутність поняття роздрібно-торговельної мережі?
2. Що означає поняття «роздрібно-торговельна організація»? Якими ознаками характеризується роздрібно-торговельне підприємство? Які роздрібно-торговельні підприємства належать до торговельних одиниць?
3. За якими принципами організовується роздрібно-торговельна мережа?
4. Які вимоги висуваються до мережі роздрібно-торговельних підприємств? У чому полягає соціально-економічне значення роздрібно-торговельної мережі?
5. На основі яких підходів здійснюється територіальне розміщення роздрібно-торговельних підприємств? Якими є перспективні підходи до організації вітчизняної роздрібно-торговельної мережі?
6. Чим відрізняються основні підходи до організації міської та сільської роздрібно-торговельної мережі?
7. У чому полягають відмінності між регіоном, областю і місцем розташування роздрібно-торговельного підприємства? Які фактори слід враховувати під час вибору регіону й області діяльності роздрібно-торговельного підприємства?
8. Що являє собою процес концентрації роздрібно-торговельної мережі?
9. З якою метою проводиться спеціалізація роздрібно-торговельної мережі?

Теми рефератів:

1. Проблеми розвитку підприємств роздрібно-торговельної мережі в сучасних умовах.

2. Торговельні об'єкти роздрібної торгівлі.
3. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств роздрібної торгівлі.
4. Організаційна культура на торговельному підприємстві.
5. Особливості організації магазинів роздрібної торгівлі.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Коефіцієнт щільності мережі щодо населеності регіону ($K_{щ.н.р}$):

$$K_{щ.н.р} = (Чр.т * 1000) / Чнас,$$

де $Чр.т$ – чисельність роздрібних торговців у регіоні, од.;

$Чнас$ – чисельність населення у регіоні, чол.

2. Середня кількість населення, що припадає на одне торговельне підприємство (одиницю) у регіоні:

$$K_{н.р.т} = Чнас / Чр.т.$$

3. Середня площа регіону, що охоплюється одним роздрібним торговцем:

$$Sp.т = S_{рег} / Чр.т.$$

4. Торгова площа на 1000 жителів ($S_{1000жит}$) і середній розмір магазину за торговою площею ($Mт.п$) та за товарообігом ($Mтo$):

$$S_{1000жит} = (S_{т.м} * 1000) / Чнас;$$

5. Показник середнього розміру магазину за торговою площею, м²:

$$Mт.п = S_{т.м} / Чр.т.$$

6. Розрахункову кількість ваг:

$$Пв = Kр + Kрз + Kк,$$

де $Пв$ – потрібна кількість ваг для торговельного підприємства, одиниць;

$Kр$ – розрахункова кількість ваг, одиниць;

$Kрз$ – кількість резервних ваг, одиниць;

$Kк$ – кількість контрольних ваг, одиниць;

7. Розрахункову кількість ваг знаходять:

$$Kp = O/Pз ,$$

де O – маса товарів, що продається протягом робочого дня, кг;

$Pз$ – пропускна здатність ваг протягом робочого дня, кг.

8. Пропускна здатність ваг протягом робочого дня:

$$Pз = Mз \times Tк \times K / t,$$

де $Mз$ – максимальна межа зважування, на вагах, кг;

$Tк$ – час корисної роботи ваг за день, хвилин;

K – коефіцієнт використання найбільшої межі зважування;

t – час, що витрачається на одне зважування, хвилин.

9. Розрахунки необхідної кількості ЕККА для торгового підприємства ($Kкка$):

$$Kкка = П \times (Tс + t + Kто) / nn \times 3600 \times к,$$

де $П$ – площа торгового залу, м²;

$Tс$ – середній час для розрахунків з одним покупцем, секунд;

t – час на реєстрацію одиниці товару на ЕККА, секунд;

$Kто$ – кількість одиниць товару, що припадає на одного покупця, в середньому;

nn – частина площі торгового залу, яка припадає на одного покупця – 2,5 м² (за будівельними стандартами та нормами);

3600 – час для приведення розрахунків в єдиний часовий вимір;

$к$ – коефіцієнт використання робочого часу контролера-касира (за нормами для всіх типів магазинів – 0,85).

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Визначте забезпеченість населення міста торговельною площею, якщо чисельність населення становить 28 тис. осіб, а наявна торговельна площа – 4238 м². Окресліть шляхи ліквідації дефіциту торговельної площі.

Задача 2

Розрахувати потребу в продовольчій торговельній мережі для міста. Чисельність жителів у місті – 380 тис. чол., у планованому періоді очікується її збільшення на 15 %. Фактична забезпеченість населення торговельними площами складає 94 % від встановленого нормативу. Поточний середній норматив за продовольчими товарами складає 92 м² на 1 000 осіб, на перспективу – 100 м² на 1000 осіб. У результаті реконструкції планується ввести в експлуатацію 200 м² торговельних площ.

Задача 3

Розрахувати необхідну кількість ваговимірювального обладнання для роздрібного торгового підприємства «Продукти» за таких умов:

- за день продається у магазині: бакалійний відділ – 240 кг продуктів; гастрономічні відділи – 180 кг продуктів;
- найбільша межа зважування на настільних вагах – 10 кг;
- час корисної роботи ваг за день – 6,5 год.; - час, що витрачається на одне зважування – 2 хвилини;
- коефіцієнт використання найбільшої межі зважування – 1.

Задача 4

Розрахувати необхідну кількість ЕККА для роздрібного торгового підприємства.

- площа магазину 250м²;
- середній час розрахунків з одним покупцем – 20 сек.;
- час реєстрації однієї товарної одиниці через касовий апарат – 2 сек.;
- на одного покупця припадає, в середньому 4-8 покупок;
- за день у магазині обслуговують 700 покупців;
- максимальні потоки покупців, від загальної кількості покупців, що обслуговуються в магазині, припадають на такий час:
 - 25% – з 800 до 1000;
 - 22% – з 1800 до 2000.

Тема 4. ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 7].

Питання до семінарського заняття:

1. Доведіть переваги оптової торгівлі та її сутність. Що є об'єктом оптового торговельного ринку?
2. Які функції виконує оптова торгівля?
2. Що розуміють під поняттям «суб'єкт оптового торговельного ринку»? Охарактеризуйте структуру суб'єктів цього ринку.
3. Назвіть основні структурні елементи оптової торгівлі.
4. Які види підприємств формує інфраструктура оптової торгівлі?
5. Наведіть визначення оптового торговельного підприємства. Що (яка основна ознака) виокремлює підприємство оптової торгівлі від інших учасників торговельної діяльності?
6. Назвіть найбільш важливі ознаки класифікації оптових підприємств.

Теми рефератів:

1. Особливості торговельної діяльності в підприємствах оптової торгівлі.
2. Проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі в сучасних умовах.
3. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.
4. Види оптових торговців.
5. Класифікація оптових торговельних підприємств.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Баланс оптового товарообороту:

$$Z_n + H_m + H_{zar} + H_{im} = P_r + P_{n.p} + B_{zar} + D_v + Z_k$$

де Z_n, Z_k – запаси товарів в оптовій торгівлі на початок і кінець періоду;

H_m – надходження товарів від місцевих промислових підприємств;

$H_{зар.}$ – надходження товарів від держав близького зарубіжжя;

2. Собівартість одиниці продукції (C):

$$C = C_v + V_n; V_n = V_a + V_{зб} + V_{ін},$$

де C_v – собівартість виробнича, грн;

V_n – невиробничі витрати, грн;

$V_a, V_{зб}, V_{ін}$ – витрати адміністративні, на збут та інші, грн.

3. Оптова ціна підприємства-виробника ($Ц_{пр}$):

$$Ц_{пр} = C + П,$$

$$Ц_{пр} = C \times (1 + P_n/100),$$

де C – собівартість виробництва товару;

$П$ – прибуток виробника на одиницю товару.

4. Прибуток, який зараховується в ціну конкретного виробу ($П$):

$$П = (C * P_n) / 100,$$

$$П = Пч / (100 - C_n) * 100,$$

де P_n – норматив рентабельності, %;

$Пч$ – сума очікуваного чистого прибутку;

C_n – ставка податку на прибуток, %.

5. Оптова відпускна ціна ($Ц_{ов}$):

$$Ц_{ов} = C + П + ПДВ,$$

$$Ц_{ов} = C + П + АЗ + ПДВ,$$

$$Ц_{ов} = C + П + ПДВ + H_n(m),$$

$$Ц_{ов} = C + П + АЗ + ПДВ + H_n(m),$$

де $ПДВ$ – сума податку на додану вартість;

$АЗ$ – сума акцизного збору;

$H_n(m)$ – посередницько-збутова торговельна надбавка.

6. Ціна товару з акцизним збором ($Ц_a$):

$$Ц_a = ((C + П) / (100 - A_c)) * 100,$$

де A_c – ставка акцизного збору, %.

7. Сума акцизного збору ($A3$):

$$A3 = (Ca * Ac) / 100,$$

8. Податок на додану вартість ($ПДВ$):

$$ПДВ = ((C + П) * C_{пдв}) / 100;$$

- якщо товар підакцизний:

$$ПДВ = ((C + П + A3) * C_{пдв}) / 100;$$

- якщо товар, що реалізується має спеціальні цінові надбавки

$$ПДВ = ((C + П + A3 + H_{cy}) * C_{пдв}) / 100,$$

де $C_{пдв}$ – ставка податку на додану вартість, %.

9. План надходження товарів (H):

$$H = P + Z_k - Z_n + B_m,$$

де H – план надходження товарів;

P – план (прогноз) реалізації товарів;

Z_k – очікувані запаси на кінець прогнозного періоду;

Z_n – очікувані запаси на початок прогнозного періоду;

B_m – очікуване вибуття товарів у зв'язку з природними втратами, переоцінками товарів, їх сезонним розпродажем та іншими причинами.

10. Встановлення інтервалу завезення за методом подвоєної різниці між середнім і незнижуваним запасом товарів ($I_{зав}$):

$$I_{зав} = 2 * K * (Z_c - Z_n),$$

де $I_{зав}$ – інтервал завезення, дн;

Z_c – середній запас товарів, дн;

Z_n – незнижуваний (мінімальний) запас товарів, дн;

K – коефіцієнт комплектності партії завезення товарів.

3. Розмір партії завезення товарів ($П_{зав}$):

$$П_{зав} = P_o / \partial - I_{зав} + Z_n - Z_f,$$

де P_o / ∂ – розмір одноденної реалізації товарів торговельним підприємством, грн;

Z_n – запаси товарів за нормативом, тис. грн;

Z_f – запаси товарів фактичні, тис. грн.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Визначити план товарообігу оптового підприємства в цілому та за видами і формами, виходячи з наступної інформації.

На плановий рік по товарам номенклатури (взуття в асортименті) даного оптового підприємства надійшли замовлення в таких обсягах:

1. Замовлення підприємств роздрібною торгівлі – 230,6 тис. грн;
2. Замовлення поза ринкових споживачів – 7,8 тис. грн;
3. Держзамовлення з міждержавних поставок – 11,8 тис. грн.

Оптове підприємство повинно виконати держзамовлення та замовлення поза ринкових споживачів на 100%, інших контрагентів – виходячи з можливостей матеріально-технічної бази і обсягу діяльності. Реалізація товарів з міждержавних поставок здійснюється через склад оптового підприємства. На початок планового періоду товарні запаси оптового підприємства становили 7,3 тис. грн, на кінець року встановлено норматив в розмірі 10.5 тис. грн. Частка складського обігу в обігу з реалізації товарів споживачам становитиме 80%.

Оптовим підприємством укладено угоди на постачання товарів у плановому році з місцевою взуттєвою фабрикою на суму 63.6 тис. грн, з виробниками сусідніх держав – 23.2 тис. грн, по імпорту – 40.3 тис. грн.

Визначити на скільки відсотків оптове підприємство в змозі задовольнити замовлення підприємств роздрібною торгівлі.

Задача 2

Повна собівартість виготовлення кавомолки складає 1300 грн.

Рентабельність одиниці виробу для виробника становить 30%.
Визначити оптову та відпускну ціну одиниці виробу і річний прибуток підприємства–виробника, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 11 тис. шт. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

Задача 3

Собівартість виробу – 1600 грн, рентабельність виробу для виробника – 25%, ставка акцизного збору – 2 євро за одиницю продукції, курс НБУ – 10 грн за один євро, ПДВ – 20%. Визначити відпускну ціну виробника.

Задача 4

На основі вивчення поточних цін на товар А підприємство роздрібною торгівлі встановлює роздрібну ціну на нього в розмірі 150 грн. За допомогою аналізу виявлено, що рівень витрат на реалізацію товару А, тобто його витратоємність, становитиме 16%. Необхідний рівень рентабельності продажу даного товару – не менш ніж 4%.

Визначити оптимальну закупівельну ціну та середній рівень торговельної надбавки по товару А.

Задача 5

Підприємство роздрібною торгівлі «Міда» реалізує населенню модні товари. Відділ трикотажу продає за місяць 400 найменувань жіночого одягу. Витрати на закупівлю даної кількості товарів склали 80,0 тис. грн (ПДВ в ціну закупівлі не включений). Витрати обігу по відділу становлять 8,0 тис. грн на місяць. Засоби масової інформації свідчать, що середній розмір банківського відсотку з депозитних вкладів склався в поточному періоді на рівні 3% на місяць. Визначити:

- 1) середню роздрібну ціну одиниці товару, яка забезпечить торговельному підприємству одержання прибутку в розмірі альтернативного доходу;
- 2) середній розмір рентабельності продажу товарів відділом;
- 3) середній розмір торговельної надбавки.

Задача 6

Собівартість виробу – 600 грн, рентабельність – 30%, ставка акцизного збору – 25%, націнка посередника – 30% ціни виробника, роздрібна ціна виробу – 2800 грн, ПДВ – 20%, витрати обігу торгівлі на одиницю продукції – 240 грн. Визначити прибуток у складі торговельної надбавки.

Тема 5. ВИДИ ОПТОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ ЗА УМОВ ЕКОНОМІКИ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 7].

Питання до семінарського заняття:

1. Обґрунтуйте сутність посередництва як виду підприємницької діяльності.
2. Розкрийте поняття «посередницька діяльність», «оптовий посередник».
3. Охарактеризуйте роль та основні функції оптових посередників.
3. Охарактеризуйте види оптових посередників.
4. Послуги оптових посередників.
5. Які Ви знаєте форми оптової реалізації товарів через посередників?
6. Охарактеризуйте особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю різних оптових посередників.
7. Обґрунтуйте умови здійснення комісійних та консигнаційних операцій.
8. Обґрунтуйте умови діяльності комівояжерів.
9. Обґрунтуйте роль організаторів оптового обороту.

Теми рефератів:

1. Послуги оптових посередників.
2. Стан організації оптового ринку споживчих товарів і послуг в Україні та у країнах з розвинутою ринковою економікою.
3. Основні напрями реформування оптової ланки в Україні: створення оптових продовольчих ринків і нових видів оптових посередників, розширення кола їх функцій і послуг.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Відпускна ціна оптової посередницької ланки ($Ц_{noc}$):

$$Ц_{noc} = C + П + H_{noc};$$

- якщо товар не підакцизний

$$Ц_{noc} = C + П + ПДВ + H_{noc};$$

- якщо товар оподатковується акцизним збором

$$Ц_{noc} = C + П + АЗ + ПДВ + H_{noc},$$

де H_{noc} – надбавка посередника.

2. Надбавка посередника (H_{noc}):

$$H_{noc} = ПДВ + ВО + П,$$

де $ВО$ – витрати обігу.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Розрахувати суму податку на додану вартість та відпускну ціну виробника, виходячи з наступного: повна собівартість – 900 грн, норматив рентабельності – 20%, ставка акцизного збору – 55%.

Задача 2

Відпускна ціна на костюм чоловічий шерстяний фабриковиробника разом з ПДВ становить 300 ум. од. Витрати оптової бази, пов'язані з придбанням партії виробів – 430 ум. од., транспортування виробів – 630 ум. од., зберігання та реалізацію – 520 ум. од. Оптова база купує партію обсягом 70 костюмів. Вона також планує отримати прибуток у розмірі 25 ум. од. на кожний костюм.

Розрахувати оптову ціну чоловічого костюма.

Тема 6. ПЕРСОНАЛ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ І ЙОГО МАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 5].

Питання до семінарського заняття:

1. Обґрунтуйте предмет праці торгових працівників.
2. Охарактеризуйте особливості організації праці в торгівлі.
3. Навіть ознаки класифікації працівників у магазині.
4. На які категорії, відповідно до характеру виконуваних функцій, поділяється персонал торгового підприємства?
5. Охарактеризуйте категорію «керівники» в торгівлі.
6. Кого зараховують до категорії «спеціалісти» в торгівлі?
7. Які працівники належать до категорії «службовці» в магазині?
8. Обґрунтуйте поділ праці за кваліфікаційною ознакою.
9. Що містить зміст кооперації працівників магазину?
10. Як визначають продуктивність праці торговельних працівників?
11. Назвіть показники визначення продуктивності праці і як вони розраховуються.
12. Охарактеризуйте фактори зростання продуктивності праці.
13. Доведіть необхідність матеріального стимулювання праці в торгівлі.
14. Назвіть структурні елементи заробітної плати. З якою метою встановлюють мінімальну заробітну плату в магазині?
15. На підставі яких документів здійснюють організацію оплати праці на підприємстві?
16. У чому полягає сутність відрядної форми оплати праці?
17. Що лежить в основі розрахунку заробітної плати при погодинній формі оплати праці?

18. Які існують особливості оплати праці на торговельному підприємстві?
19. Які існують особливості бригадної форми оплати праці?
20. Назвіть складові системи додаткового стимулювання персоналу.
20. З яких елементів складається система преміювання персоналу?
21. Охарактеризуйте робоче місце продавця.
22. У чому полягають особливості викладки товару? Доведіть переваги наявності мерчандайзера в магазині.
23. Доведіть необхідність товарних запасів у торговельному підприємстві.
24. Обґрунтуйте санітарні умови праці працівників магазину.
25. Обґрунтуйте режим роботи торговельного підприємства в залежності від його розташування.
26. Яким чином має бути здійснена організація матеріальної відповідальності в торгівлі?

Теми рефератів:

1. Праця як засіб існування і життєва потреба, її соціально-економічна сутність.
2. Характеристика працівників магазину.
3. Організація робочого місця в магазині.
4. Умови праці працівників та режим роботи магазину.
5. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.

Кейси:

Кейс 1

Директор з персоналу торгової фірми пройшов навчання на семінарі з управління людськими ресурсами. Найцікавішою йому здалася тема планування і розвитку кар'єри співробітників. Він поділився своїми міркуваннями щодо реалізації набутих навичків з Генеральним директором

фірми, що об'єднує три великі магазини в різних районах м. Одеси. Генеральний директор зацікавився пропозицією і доручив провести спеціальне заняття для вищого керівництва фірми. На наступний день Генеральний директор видав наказ, який зобов'язує усіх керівників фірми підготувати плани розвитку кар'єри і здати їх директору з персоналу. У призначений термін надійшло тільки два плани. Протягом наступних двох тижнів ще чотири, а решта керівників обіцяли, що «принесуть завтра», але нічого не приносили. Однак найбільше ініціатора засмутив зміст планів: вони були написані ніби під копірку і містили один пункт: «Хочу удосконалюватися на займаній посаді».

Поясніть, у чому причина отриманого результату? Що робити в ситуації, що склалася, директору з персоналу та Генеральному директору?

Кейс 2

Компанія «Астропринт» займається друкуванням різних зображень на майках і реалізує їх через інтернет-мережу та роздрібні магазини.

Бізнес на протязі останніх семи років стійко зростає. Серед покупців збільшується частка корпоративних клієнтів, що дозволяє знижувати витрати виробництва за рахунок серійних замовлень. У штаті компанії працюють вже 43 особи. Колектив працює стабільно, і так званий, людський вимір організації у засновника і єдиного власника фірми не повинен викликати тривоги. Однак інтуїтивно засновник компанії став відчувати, що атмосфера в колективі втратила колишню енергетику, пропав азарт, з яким чекали і виконували нові замовлення, відчувалася втома від сформованих виробничих відносин.

Власнику фірми здалася цікавою ідея використання умовної корпоративної валюти, якою співробітники винагороджували один одного за допомогу, підтримку, креативні ідеї, інші позитивні починання понад своїх безпосередніх обов'язків. Така внутрішня віртуальна валюта нараховується за всі ініціативи, роботу, ідеї, допомогу, тобто за все, що людина робить для компанії та інших співробітників, окрім своїх прямих обов'язків. Таку

валюту можна отримувати з різних джерел: з відділу персоналу за участь в підготовці корпоративних заходів, перемогу в корпоративних конкурсах, активну участь у проєктах, допомозі у підборі цінних фахівців тощо; з банку ідей – електронної системи, що дозволяє співробітникам зареєструвати ідею щодо поліпшення бізнесу; від колег по роботі. Умовну корпоративну валюту можна обміняти на призи з корпоративною символікою або отримати інші матеріальні заохочення.

Засновник фірми поділився своїми міркуваннями з управлінським складом щодо реалізації ідеї запровадження умовної корпоративної валюти. Однак однозначно позитивної реакції не отримав. Заступник з виробництва назвав систему «дитячим садом», грою, в яку люди швидко награвляються. Бухгалтер висловила сумнів щодо об'єктивності оцінок, сказавши, що є ризик того, що «людське» може почати переважати над діловим. Однак були й ті співробітники, особливо молоді, які з ентузіазмом сприйняли ідею введення корпоративних заохочень.

Що ви порадите власнику фірми?

Задачі для розв'язання:

Задача 1

За даними таблиці визначити забезпеченість робочою силою.

Показники	План	Факт	%
1. Чисельність персоналу, всього	18	13	
2. Керівництво, спеціалісти, службовці	5	5	
3. Продавці, всього	8	6	
4. Робітники	4	2	
Допоміжні робітники	1	0	

Задача 2

За даними, поданими в таблиці, визначити коефіцієнт плинності кадрів.

Показники	Поточний рік	Звітний рік
1. Середньоспискова чисельність працівників	50	43
2. Вибуло працівників, в т.ч.		
2.1. У зв'язку з закінченням строку договору	6	0
2.2. У зв'язку з переходом на навчання	1	1
2.3. Призваний в армію	1	0
2.4. Вихід на пенсію	2	3
2.5. Звільнено за прогули та інші порушення трудової дисципліни	1	2
2.6. За власним бажанням	2	5

Тема 7. ТОВАРНІ СКЛАДИ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 5].

Питання до семінарського заняття:

1. За якими основними ознаками класифікуються склади?
2. Які основні групи приміщень складу ви знаєте і який між ними функціональний взаємозв'язок?
3. Які основні вимоги ставляться до об'ємно-планувальних рішень загально-товарних складів?
4. Які вимоги ставляться до конструктивних рішень загально-товарних складів?
5. Як оцінюється доцільність технологічного планування складів?
6. Які показники дозволяють визначити ефективність роботи складів?
7. Розкрийте поняття складу та його ролі в процесі товарного обігу.
8. Що розуміють під торгово-технологічним процесом складу? Які фактори впливають на його раціональну організацію?
9. Якими є завдання організації процесів приймання товарів на складах торговельних підприємств?
10. Охарактеризуйте порядок організації приймання товарів за кількістю та якістю на складах.
11. Які вимоги висуваються щодо організації розміщення товарів на складах?
12. Що розуміють під умовами зберігання і технікою зберігання?
13. Охарактеризуйте умови застосування окремих способів укладання товарів на зберігання, їх переваги і вади.
14. Наведіть перелік комплексу операцій з відбору та відпуску товарів зі складу оптового торговельного підприємства. Що служить підставою для відпуску товарів зі складу?

15. Якими методами і способами може проводитися відбір товарів для відпуску їх зі складу?

Теми рефератів:

1. Показники, що характеризують стан розвитку та ефективність використання складського господарства.
2. Вітчизняний і зарубіжний досвід розвитку складської мережі в торгівлі.
3. Принципи внутрішнього планування загальнотоварних складів.
4. Організація праці складських працівників.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Вартість товарних запасів, які підлягають зберіганню на складі (складі-прибудові):

$$Zn = (O * N_{т.з}) / 360,$$

де Zn – вартість товарних запасів, тис. грн;

O – річний оптово-складський товарооборот складу за даною групою товарів, тис. грн;

$N_{т.з}$ – норматив товарних запасів, днів складського обороту;

2. Місткість складу для зберігання даного запасу товарів:

$$C = (Zn * K_{н.у}) / CB,$$

де C – місткість складу, куб. м;

$K_{н.у}$ – коефіцієнт нерівномірності утворення товарних запасів (береться рівним 1,2);

CB – середня вартість 1 м.куб. запасів, тис. грн.

3. Площі приміщень складу (складу-прибудови), призначених для зберігання товарів у стелажах та у штабелях:

$$P_{зб} = C / H_{укл},$$

де $P_{зб}$ – площа приміщення для зберігання, м²;

C – ємність складу, м³;

Нукл – висота укладання товарів у штабелі чи на стелажі.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Визначте розмір площі складу при наступних умовах: річний обсяг вантажів, що приходять до складу – 5000 т; максимальна норма запасу 40 діб; середнє навантаження $5\text{т}/\text{м}^2$; коефіцієнт нерівномірності знаходження вантажів на склад – 1,2.

Задача 2

Визначити вантажну площу складу, якщо відомі такі дані:

- 1) прогноз вантажного товарообігу за рік – 5000 грн/ рік;
- 2) прогноз величини товарних запасів – 30 днів;
- 3) коефіцієнт нерівномірності завантаження складу – 1,2;
- 4) коефіцієнт використання вантажного обсягу складу – 0,65;
- 5) приблизна вартість 1м^3 товару, що зберігається на складі – 25 грн/ м^3 ;
- 6) кількість робочих днів у році – 254 дні;
- 7) висота укладання вантажів на зберігання – 5,5 м.

Задача 3.

Визначити річний обсяг надходження вантажів на склад, якщо відомо:

- 1) потрібна складська площа для збереження вантажів – 120 м^2 ;
- 2) час зберігання вантажів на складі – 100 днів;
- 3) плановий коефіцієнт використання складської площі – 0,2;
- 4) кількість днів у році – 365;
- 5) рекомендоване навантаження на 1 м^2 площі складу (при стелажному і штабельному зберіганні) – $0,9\text{ т}/\text{м}^2$.

Ситуаційні завдання:

Завдання 1.

Охарактеризувати послідовність основних технологічних операцій при прийманні товарів на складах.

Завдання 2.

Розв'язати торговельні ситуації щодо приймання товарів на складах (на прикладах харчових товарів, бакалейних товарів, товарів побутової хімії).

Завдання 3.

Приватне оптове підприємство «Трикотаж» одержало партію панчішно-шкарпеткових виробів від акціонерного товариства «Весна» за товарно-транспортною накладною № 008812 від 08 серпня. Кількість стандартних упаковок – 30 коробок по 40 пар шкарпеток в кожній відповідала супровідному документу. 12 серпня цього ж року при відкриванні четвертої за рахунком коробки виявлено недостачу 6 шкарпеток, купівельна ціна яких – 8,5 грн. Охарактеризувати порядок приймання товарів за кількістю. Ваші дії за результатами отриманих результатів?

Завдання 4.

На склад підприємства ТОВ «Рапан» надійшла партія скумбрії холодного копчення від торгово-виробничого об'єднання «Одесриба» за накладною № 1358 від 13 жовтня в кількості 100 лотків. Маса нетто скумбрії в кожному лотку 10 кг. При прийманні виявлено відсутність пломби на трьох лотках, а фактична маса не відповідала даним маркування.

При подальшому прийманні товарів в цей же день перевірено масу нетто всіх лотків і виявлено недостачу скумбрії в кількості 35 кг. Закупівельна ціна скумбрії холодного копчення 27 грн. за 1 кг.

Охарактеризуйте порядок приймання товарів за якістю. Ваші дії в даній ситуації?

Тема 8. ТАРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТАРНОГО ГОСПОДАРСТВА

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 7; 9].

Питання до семінарського заняття:

1. Якими є функції тари та пакування під час товарообігу? Назвіть основні ознаки класифікації тари та охарактеризуйте найбільш розповсюджені її види.
2. Якими документами визначається порядок організації тарних операцій на підприємствах торгівлі? Охарактеризуйте основи організації обігу ЗУБВ (на прикладі одного з її видів), основи організації обігу дерев'яної та картонної тари.
3. Що розуміють під комплексною механізацією робіт на складі?
4. Які механізми використовують на складах для горизонтального переміщення вантажів? Які механізми використовують на складах для вертикально-го переміщення вантажів?
6. Що розуміють під добовим вантажообігом складу?
7. Як поділяється складське обладнання для зберігання товарів за призначенням?
8. Яким вимогам має відповідати складське обладнання для зберігання вантажів?
9. За якими ознаками класифікується обладнання для фасування пакування товарів?
10. Як класифікується фасувально-пакувальне обладнання за призначенням?
11. Обґрунтуйте відмінності між тарою та упаковкою. Доведіть їх призначення.
12. Заходи зі скорочення витрат по тарі.
13. Поясніть, з чого складаються втрати по тарі?

14. Які заходи належать до організаційно-технічних зі скорочення витрат по тарі?

15. Які заходи належать до економічних щодо скорочення витрат по тарі?

Теми рефератів:

1. Витрати і втрати тари, шляхи їх зниження.
2. Основні правила повторного використання дерев'яної, картонної тари та паперових мішків і розрахунків за них.
3. Поняття упаковки та тари, їх роль у процесі обігу товарів.
4. Класифікація та основні види тари.
5. Організація обігу тари в торгівлі.
5. Шляхи скорочення витрат та втрат по тарі.
3. Вітчизняний і зарубіжний досвід виробництва тари і пакувальних матеріалів, їх повторного використання, переробки та утилізації.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Кількість тари, необхідної для нормального функціонування складу (*Nm.заг*):

$$Nm.заг = Nmзбер. + Nm.p + Nm.об + Nm.n.$$

2. Кількість тари, необхідної для зберігання:

$$Tзбер. = (Qрічн. * t збер.) / (T * qm).$$

1. Кількість тари, що підлягає ремонту:

$$Nm.p = Nm збер. * ар.$$

2. Кількість тари, що затримана споживачем:

$$Nm.об = (Qрічн. * t спож.) / (T * qm).$$

3. Кількість тари, що знаходиться у дорозі:

$$Nm.n = (Qрічн. * K н.відп * t спож.) / (365 * qm),$$

де *Qрічн.* – річний вантажообіг складу;

Nmзбер. – строк зберігання продукції на складі;

q_m – середня вантажомісткість тари;

a_r – коефіцієнт ремонту тари;

$t_{\text{спож}}$ – тара затримується споживачем;

T – вантаж віжпускається зі складів протягом року;

$K_{\text{н.відп}}$ – коефіцієнт нерівномірності відпускання продукції зі складу.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Визначити необхідну кількість тари для роботи складу запчастин за умов: річний вантажообіг складу – 10,34 тис. т; строк зберігання продукції на складі – 8 діб; середня вантажомісткість тари – 0,27 т; коефіцієнт ремонту тари – 0,40; тара затримується споживачем на 4 доби; вантаж відпускається зі складів протягом року 250 днів; тара знаходиться у дорозі 3 доби; коефіцієнт нерівномірності відпускання продукції зі складу – 1,2.

Задача 2

Визначити суму та рівень витрат обігу зі статті «Витрати на тару» продовольчого магазину на плановий квартал:

- план роздрібного товарообороту за квартал 900 тис. грн.;
- план роздрібного товарообороту «Борошно» за квартал 80 тис. грн.;
- середня вартість товару в одиниці тари - 300 грн.;
- загальна кількість мішків, які необхідно повернути постачальнику 60%;
- зі зніженням на одну категорію – 30%;
- витрати, що припадають на одиницю тари при поверненні мішків 12 грн.;
- втрати мішкотари 6000 грн.;
- втрати з перевезенням тари 2000 грн.;
- ремонт тари 2500 грн.;
- доходи від операції з тарою 4000 грн.

Тема 9. ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ТОВАРІВ ТА ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 7; 9].

Питання до семінарського заняття:

1. Які види транспорту можуть застосовуватися для перевезень торговельних вантажів? Проаналізуйте транспортно-експедиційні операції для різних видів транспорту.

2. Які найбільш розповсюджені типи транспортних засобів використовуються під час залізничних та автомобільних перевезень торговельних вантажів?

3. Охарактеризуйте чинний порядок організації залізничних перевезень торговельних вантажів.

4. Охарактеризуйте чинний порядок організації автомобільних перевезень торговельних вантажів.

5. Охарактеризуйте особливості перевезення вантажів залізницею. Проаналізуйте технологічний процес перевезення вантажів залізницею.

6. Надайте характеристику організації перевезень вантажів автомобільним транспортом.

7. Охарактеризуйте особливості перевезення вантажів водним транспортом.

8. Охарактеризуйте особливості перевезення вантажів авіаційним транспортом.

9. Проаналізуйте організацію транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі.

Теми рефератів:

1. Роль транспорту в перевезенні товарів та його види.

2. Планування перевезення товарів.

3. Організація перевезення вантажів залізничним та автомобільним транспортом.

4. Організація транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Планування витрат на перевезення товарів різними видами транспорту ($V_{тр}$):

$$V_{тр} = V_{пер} + V_{експ} + V_{вр} + V_{інш},$$

$$VO = Oz \cdot V_{ТП},$$

$$V_{експ} = (N_{експ. витр} \cdot V_{пер}) \cdot 100,$$

де $V_{пер}$ – витрати на оплату послуг з перевезення вантажів;

$V_{експ}$ – експлуатаційні витрати;

$V_{вр}$ – витрати на проведення вантажнорозвантажувальних робіт;

$V_{інш}$ – інші види транспортних витрат;

Oz – обсяг завозу;

$V_{ТП}$ – середня вартість тони товарів;

i – товарні групи, що завозяться;

j – клас вантажу;

$N_{експ. витр}$ – норматив експлуатаційних витрат

2. Загальний розмір витрат на перевезення товарів дрібними партіями ($V_{авт.др.}$):

$$V_{авт.др.} = V_{пер.авт} + V_{ВРЕ},$$

$$V_{пер.авт} = KЗ * ТК * T_{под} * T_{кор},$$

$$V_{ВРЕ} = N_{вре} * V_{пер.авт},$$

де $V_{пер.авт}$ – витрати на оплату послуг із перевезень;

$V_{ВРЕ}$ – витрати на проведення вантажнорозвантажувальних робіт;

$KЗ$ – планова кількість заявок на користування автотранспортом;

$TК$ – середня тривалість користування в день годин;

$T_{под}$ – тариф за подання автотранспорту, гр. од.

T_{кор} – тариф за 1 автомобіле-годину користування, гр. од.;

N_{нре} – норматив витрат на проведення вантажнорозвантажувальних робіт.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Обґрунтувати витрати на перевезення товарів автомобільним транспортом, що наймається та сплачується за загальним тарифом(за 1 тону на відстань, що планується).

Інформація для розрахунків:

1. Планове надходження товарів – 600 тис. грн;
2. Середня вартість тонни товарів, які надходять – 4,5 тис.грн;
3. Маса тари у відсотках до маси товару – 10%;
4. Коефіцієнт повторних перевезень – 0,2;
5. Тариф на перевезення 1 тонни вантажу на відстань, що планується – 4,38 грн.

Визначаючи загальні витрати на перевезення, врахувати витрати на експедиційні операції (7% від суми загальних витрат по перевезенню) та витрати на оплату вантажно – розвантажувальних робіт (25 грн за одну тонно-операцію).

Задача 2

Підприємство торгівлі «Сільпо» має наступні дані щодо планування витрат на переміщення товарів за погодинним тарифом:

- середньодобова потреба в автомашинах, сплата за які здійснюється за тарифом за одну маш/год – 4;
- потреба в автомашинах зі спеціальним кузовом – 1;
- кількість годин роботи автомашин у день – 6;
- кількість днів роботи автомашин на місяць – 26 днів;
- тариф за одну годину роботи звичайної автомашини – 4,0 грн;

- тариф за 1 годину роботи автомашини зі спеціальним кузовом – 30 грн.

Експедирування та витрати на вантажно-розвантажувальні роботи складають 12% з кожної тисячі гривен. Визначити суму витрат за статтею.

Задача 3

Торговельне підприємство щотижня отримує 100 ящиків соку «Добрий», 25% з них продаються в трьох філіях у рівних частинах. Тариф транспорту становить 50 ум.од за 1 годину роботи. У середньому автомобіль затримується в кожній філії 45 хв. Витрати на заробітну плату становлять 6 ум.од. на короб, вніці витрати 1500 ум. од. на всю партію. Підприємство планує отримати прибуток 12% з пакету соку. Ввпускна ціна виробника – 50 грн. за пакет соку. Розрахувати найменшу єдину для магазину ціну на сок «Добрий».

Тема 10. ОСНОВНІ ФОНДИ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 8; 10; 12].

Питання до семінарського заняття:

1. Обґрунтуйте сутність основних фондів та їх призначення в торговельному підприємстві.
2. Чи існує зв'язок між економічними категоріями «основні фонди», «основні виробничі фонди»? Відповідь обґрунтувати.
3. Що означає гудвіл і як визначається його вартість?
4. Охарактеризуйте матеріально-технічну базу торгового підприємства.
5. Назвіть ознаки за якими класифікують основні фонди підприємства.
Що включають активи і пасиви в торговельному підприємстві?
6. Охарактеризуйте видову структуру основних фондів торговельного підприємства.
7. Розкрийте фактори та тенденції динаміки виробничої структури основних фондів.
8. Які оцінки використовують для визначення наявності та руху основних фондів?
9. Завдяки яким показникам визначають ефективність використання основних фондів?
10. Обґрунтуйте призначення вартісних показників оцінки основних фондів, окресливши їх види і сутність.

Теми рефератів:

1. Формування капіталу торговельних підприємств. Поняття основних фондів та їх характеристика.
2. Класифікація основних фондів торгових підприємств та їх структура.
3. Оцінка та відтворення основних фондів торгового підприємства.

4. Аналіз стану та ефективності використання основних фондів торгового підприємства.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Вартість, що амортизується:

$$\Phi_{ам} = \Phi_{перв} - \Phi_{л},$$

де $\Phi_{перв}$ – первісна вартість об'єкта основних фондів;

$\Phi_{л}$ – ліквідаційна вартість основних фондів.

2. Інтегральний показник зміни ефективності використання основних фондів:

$$Кеф = \sqrt{I_{зи} * I_{ф}},$$

де $Кеф$ – коефіцієнт ефективності;

$I_{зи}$ – індекс зміни прибутковості основних фондів за аналітичний період;

$I_{ф}$ – індекс зміни фондівіддачі основних фондів за аналітичний період.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Підприємство А випустило за рік товарної продукції на суму 2 млн. грн, за середньорічної вартості основних фондів 500 тис. грн. Підприємство Б за середньорічної вартості основних фондів 800 тис. грн випустило товарної продукції на 2 400 тис. грн.

Визначите, яке підприємство більш ефективно використовувало основні виробничі фонди.

Задача 2

Склад основних фондів підприємства, їх вартість на початок року і зміни протягом року наведені в таблиці. Обсяг товарної продукції за рік склав 1 556 820 грн.

Визначити структуру основних фондів на початок і кінець року і фондівіддачу активної частини основних виробничих фондів підприємства.

Групи основних фондів	На початок року	Зміни протягом року	На кінець року	Структура на початок року	Структура на кінець року	Відхилення
Будинки	341510	-				
Спорудження	64610	-				
Передатні пристрої	36920	+440				
Робочі машини та устаткування	378430	+23500				
Силові машини та устаткування	18460	-530				
Вимірювальні прилади і лабораторне устаткування	23998	-810				
Обчислювальна техніка	21229	+750				
Транспортні засоби	22152	-910				
Інші основні фонди	15691	-230				
Усього						

Задача 3

На основі наведених в таблиці даних, визначити:

- зміни суми доходів в порівнянні з базисним роком;
- коефіцієнт фондівдачі основних фондів в звітний рік;
- темпи зростання коефіцієнтів фондівдачі основних фондів;
- темпи доходів на 1 тис. грн. основних фондів;
- інтегральний показник використання основних фондів в звітному році.

Показник	Базовий рік	Звітний рік
Товарообіг, тис. грн.	1 850 000	
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн.	4 560 000	
Рівень дохідності, в % до товарообігу	0,4	

Тема 11. ДОХОДИ І ВИТРАТИ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 8; 10; 12].

Питання до семінарського заняття:

1. Поясніть сутність поняття «прибуток». Обґрунтуйте, яке поняття ширше: «прибуток» чи «дохід».
2. За якими ознаками класифікують витрати підприємства?
3. За якими ознаками класифікують прибуток?
4. Як формується валовий прибуток?
5. На яку величину відрізняються суми чистого доходу й валового прибутку?
6. Як визначають чистий прибуток?
7. Поясніть сутність поняття «рентабельність».
8. Як поділяють доходи торговельного підприємства?
9. Назвіть основні джерела доходів торговельного підприємства.
10. Який порядок визначення обсягу доходу від реалізації товарів?
11. Розкрийте суть показника «прибуток торговельного підприємства».
12. Охарактеризуйте види прибутку.
13. Який відносний показник результативності діяльності підприємства?
14. Який документ регламентує склад і класифікацію витрат торговельного підприємства?

Теми рефератів:

1. Поняття доходів торгових підприємств.
2. Характеристика доходів торгового підприємства.
3. Поняття витрати і витрат обігу торгового підприємства.
4. Класифікація витрат обігу.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Рівень доходів у роздрібній торгівлі:

$$P_{розд} = (ВДр / T_{розд}) 100,$$

де $P_{розд}$ – рівень доходів у роздрібній торгівлі;

$ВДр$ – валовий дохід роздрібною торгівлі;

$T_{розд}$ – роздрібний товарооборот.

2. Рівень доходів у оптовій торгівлі:

$$P_{опт} = (ВДопт / T_{опт}) 100,$$

де $P_{опт}$ – рівень доходів в оптовій торгівлі;

$ВДопт$ – валовий дохід оптової торгівлі;

$T_{опт}$ – оптовий товарооборот.

3. Загальний дохід (ЗД):

$$ЗД = Ц \times K_m,$$

$Ц$ – ціна товару;

K_m – кількість проданого товару.

4. Роздрібна ціна; ціна реалізації товару ($Цр$):

$$Цр = C + П + АЗ + ПДВ + Hn(m) + Hm,$$

$$Цр = Цn * (1 + (Hn(m)/100)),$$

де Hm – торговельна надбавка;

$Цn$ – ціна придбання (відпуск на ціна виробника чи посередника);

$Hn(m)$ – посередницька або торговельна надбавка, %

5. Сума торговельної надбавки (Hm):

$$Hm = (Цнок. без ПДВ * P_{тн}) / 100,$$

де $Цнок. без ПДВ$ – ціна придбання без врахування ПДВ;

$P_{тн}$ – прийнятий рівень торговельної надбавки.

6. Ціна придбання ($Цn$)

$$Цn = Цр * (1 - (З/100)),$$

де $З$ – торговельна або посередницька знижка, %.

7. Роздрібна ціна на підприємствах ресторанного господарства ($Ц_{прг}$):

$$Ц_{прг} = Ц_{ов} + H_{прг},$$

$C_{ов}$ – ціна, по якій закуплена продукція для підприємств ресторанного господарства;

$Нпрг$ – націнка підприємств ресторанного господарства.

8. Формування доходу від реалізації товарів ($Дрт$):

$$Дрт = \sum K^i (C_p - C_z),$$

де C_p – ціна реалізації i -го товару;

C_z – ціна закупівлі i -го товару;

K_i – кількість реалізації i -го товару;

n – товарні різновиди, які реалізуються підприємством.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

На основі вивчення поточних цін на товар побутової хімії підприємство роздрібної торгівлі встановлює роздрібну ціну на нього в розмірі 135 грн. За допомогою аналізу виявлено, що рівень витрат на реалізацію товару побутової хімії, тобто його витратоємність, становитиме 14%. Необхідний рівень рентабельності продажу даного товару – не менш ніж 4%. Визначити оптимальну закупівельну ціну та середній рівень торговельної надбавки по товару побутової хімії.

Задача 2

Підприємство роздрібної торгівлі «МІДА» реалізує населенню модні товари. Відділ продає за місяць 200 найменувань жіночого взуття (балетки, туфли, босоніжки, таке інше). Витрати на закупівлю даної кількості товарів склали 50,0 тис. грн (ПДВ в ціну закупівлі не включений). Витрати обігу по відділу становлять 9,2 тис. грн на місяць. Засоби масової інформації свідчать, що середній розмір банківського відсотку з депозитних вкладів склався в поточному періоді на рівні 3% на місяць.

Визначити: 1) середню роздрібну ціну одиниці товару, яка забезпечить торговельному підприємству одержання прибутку в розмірі альтернативного

доходу; 2) середній розмір рентабельності продажу товарів відділом; 3) середній розмір торговельної надбавки.

Задача 3

Повна собівартість виробництва чоловічих макасин складає 800 грн. Рентабельність виробу для виробника – 25%. Акцизний податок – 60%. Роздрібний магазин «МІДА» реалізує даний товар із торговельною надбавкою 22%, причому постачання товарів здійснюється безпосередньо від взуттєвої фабрики. Визначити суму та рівень доходу магазину від реалізації чоловічих макасин, якщо на місяць їх реалізується 300 шт. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

Задача 4

Собівартість виробу – 1200 грн, рентабельність – 30%, ставка акцизного збору – 35%, націнка посередника – 25% ціни виробника, роздрібна ціна виробу – 2200 грн, ПДВ – 20%, витрати обігу торгівлі на одиницю продукції – 400 грн.

Визначити прибуток у складі торговельної надбавки.

Задача 5

Собівартість виробу – 950 грн, рентабельність – 50%, роздрібна ціна 1580 грн, торговельна надбавка 15% ціни виробника, ПДВ – 20%. Визначити ставку акцизного збору (%), за якою в ціні встановлений цей податок.

Задача 6

На основі вивчення поточних цін на товар А підприємство роздрібною торгівлі встановлює роздрібну ціну на нього в розмірі 870 грн. За допомогою аналізу виявлено, що рівень витрат на реалізацію товару А, тобто його витратоємність, становитиме 19%. Необхідний рівень рентабельності продажу даного товару – не менш ніж 5%.

Визначити оптимальну закупівельну ціну та середній рівень торговельної надбавки по товару А.

Задача 7

Підприємство роздрібної торгівлі «Алеся» реалізує населенню модні товари. Відділ трикотажу продає за місяць 350 найменувань жіночого одягу (плаття, костюми, таке інше). Витрати на закупівлю даної кількості товарів склали 55,0 тис. грн (ПДВ в ціну закупівлі не включений). Витрати обігу по відділу становлять 8,2 тис. грн на місяць. Засоби масової інформації свідчать, що середній розмір банківського відсотку з депозитних вкладів склався в поточному періоді на рівні 3% на місяць.

Задача 8

Повна собівартість виробництва хутрової шапки складає 900 грн. Рентабельність виробу для виробника – 15%. Акцизний податок – 55%. Роздрібний магазин «Головні убори» реалізує даний товар із торговельною надбавкою 22%, причому постачання товарів здійснюється безпосередньо від хутрової фабрики. Визначити суму та рівень доходу магазину від реалізації хутрових шапок, якщо на місяць їх реалізується 180 шт. Ставка ПДВ за діючим законодавством.

Тема 12. ПРИБУТОК І РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ВІД ТОРГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 8; 10; 12].

Питання до семінарського заняття:

1. Поясніть сутність поняття «прибуток».
2. Поясніть, яке поняття ширше: «прибуток» чи «дохід».
3. Як класифікують доходи підприємства відповідно до стандартів бухгалтерського обліку?
4. За якими ознаками класифікують прибуток?
5. Як формується валовий прибуток?
6. На яку величину відрізняються суми чистого доходу й валового прибутку?
7. Як визначають чистий прибуток?
8. Поясніть сутність поняття «рентабельність».
9. Як поділяють доходи торговельного підприємства?
10. Назвіть основні джерела доходів торговельного підприємства.
11. Який порядок визначення обсягу доходу від реалізації товарів?
12. Розкрийте суть показника «прибуток торговельного підприємства».
13. Охарактеризуйте види прибутку.
14. Який відносний показник результативності діяльності підприємства?
15. Які є види рентабельності торговельного підприємства?

Теми рефератів:

1. Економічний зміст прибутку торгового підприємства та джерела його утворення.
2. Фактори, що формують прибутки і рентабельність торгового підприємства.

3. Стратегія аналізу і планування прибутку підприємства.
4. Обґрунтування прогнозу і плану прибутку підприємства.
5. Розподіл та використання прибутку підприємства. Планування розподілу прибутку.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Розрахунок величини необхідного прибутку:

$$P_{необх} = ПЧП / (100 - C_n),$$

де $P_{необх}$ – необхідний прибуток;

$ПЧП$ – потреба в чистому прибутку в грошах;

C_n – середній рівень податку і обов'язкових платежів, у % до балансового прибутку.

2. Рівень комерційного доходу

$$P_{дкр} = КД / ВО * 100,$$

де $КД$ – комерційний доходу

Задачі для розв'язання:

Задача 1

На підставі наступних даних розрахувати річний обсяг товарообороту, суму та рівень комерційного доходу для кафетерію «Ханкал» за звітний місяць

Сировина та товари, реалізовані у звітний період	Вартість сировини тис.грн., без ПДВ	Надбавка підприємства		Тварооборот, тис.грн		Рівень комерц. Доходу, %
		%	сума тис. грн	без ПДВ	з ПДВ	
птиця	75,0	75				
риба	20,0	75				
Масло виршкове	35,0	75				
Масло рослине	18,0	40				
яйце	5,0	35				
овочи	10,0	35				

Інші товари	25,0	75				
разом		-				

Задача 2

Для підприємства роздрібної торгівлі «Дунай» розрахувати комерційний дохід, інші операційні доходи та доходи від інших видів діяльності.

Показник	Рік		Поточний рік до попереднього	
	попередній	поточний	темп росту	абсолют. відхил.
Товарооборот, тис. грн.	500,0	650,0		
Рівень комерційного доходу, %	27,9	28,5		
Сума комерційного доходу, тис. грн				
Доход від аренди	6,9	8,2		
Економічні санкції отримані, тис. грн.	3,1	1,5		
Доходи від участі в капіталі, тис.грн.	56,2	58,4		
Дівиденди отримані, тис.грн.	16	17,5		
Інші доходи, тис.грн.	0,7	0,9		
Сукупній дохід від звичайний діяльності, тис.грн				

Задача 3

Використовуючи дані таблиці, визначити вплив на суму комерційного доходу зміну товарообороту та середнього рівня доходу.

Показник	Фактично за минулий рік	Звітний рік			Відхилення		% до минулого року
		план	факт	% виконання	від плану	від минулого року	
Товарооборот	9730	10850	10684	98,5	-166	+954	109,8
Комерційний дохід	5750	6500	6098	93,8	-402	+348	106,1
Середній рівень комерційного доходу, %	59,1	59,9	57,1	–	-2,8	-2,0	–

Тема 13. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ В МАГАЗИНАХ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 7; 12].

Питання до семінарського заняття:

1. У чому полягає типізація роздрібних торговців?
2. Які існують основні типи магазинів?
3. Які існують зони торговельного обслуговування магазину?
4. Основні особливості розташування магазину.
5. Обґрунтуйте значення торгово-технологічного процесу в магазині.
6. Які методи продажу товарів належать до традиційних, прогресивних?
7. Доведіть, що продаж товарів за зразками, з відкритим викладенням, є прогресивними методами продажу товарів.
8. Охарактеризуйте процес самообслуговування.
9. У чому полягають переваги самообслуговування?
10. Обґрунтуйте технологію розрахунків з покупцями в магазинах самообслуговування.
11. Доведіть вагомість принципів торгово-технологічного процесу.
12. Яке обладнання належить до електронних контрольно-касових апаратів?

Теми рефератів:

1. Типізація роздрібних торговців, основні типи магазинів.
2. Поняття зони торговельного обслуговування магазину, методи її визначення.
3. Сутність та зміст торгово-технологічного процесу в магазині.
4. Особливості організації торгово-технологічного процесу в магазині.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Продуктивність праці, виражена показником виробітку товарообороту на одиницю торгово-оперативного персоналу (Π_{on}):

$$\Pi_{on} = T / (Ч_{on} * I),$$

$$\Pi_{on} = T / (Ч_{on} * ПВ_{on} * I),$$

де T – товарооборот в аналізованому періоді у фактичних цінах, грн;

$Ч_{on}$ – чисельність торгово-оперативного персоналу;

$ПВ_{on}$ – питома вага торгово-оперативного персоналу;

I – індекс росту цін у даному періоді порівняно з базовим.

2. Продуктивність праці, виражена показником трудомісткості товарообороту (Π_{TP}):

$$\Pi_{TP} = ЗП / T,$$

де $ЗП$ – затрати праці, які можна виразити чисельністю робітників або кількістю людино-годин, відпрацьованих усіма робітниками за певний період;

T – товарооборот.

3. Планування чисельності нормативним методом з використанням норми часу ($Ч_{плч}$):

$$Ч_{плч} = \sum(N_i * t_i) / (Ф_{ef} * P_n) * 100,$$

де N_i – кількість виробів, що випускаються, від 1 до i найменувань, од.;

t_i – норма часу на виготовлення виробу i -го найменування, осіб/од.;

$Ф_{ef}$ – ефективний фонд часу одного робітника, год.;

P_n – плановий рівень виконання норм часу, %.

4. Планування чисельності нормативним методом за нормами виробітку ($Ч_{no_{вир}}$):

$$Ч_{no_{вир}} = Q / (N_{вир} * Ф_{ef} * P_n) * 100,$$

де Q – обсяг робіт на плановий період у натуральному або вартісному вираженні;

$N_{вир}$ – норма виробітку на одного працівника в одиницю часу, од.

5. Планування чисельності нормативним методом з використанням норми обслуговування ($Ч_{пл_{об}}$):

$$Ч_{пл_{об}} = (Зоб/Ноб) * (Кзм/Кеф),$$

де $Зоб$ – загальна зона обслуговування в натуральному вираженні (метрів, одиниць);

$Ноб$ – зона, що обслуговується одним робітником (норма обслуговування) за зміну;

$Кзм$ – кількість змін на підприємстві;

$Кеф$ – ефективний фонд робочого часу в % до номінального фонду.

6. Планування чисельності нормативним методом з використанням норми чисельності ($Ч_{пл_{чис}}$):

$$Ч_{пл_{чис}} = (P_m * K_{зм}) / Кеф,$$

де P_m – кількість робочих місць, од.

7. Планування чисельності на основі планового балансу робочого часу та кількості робочих місць, чисельність наявна ($Ч_n$)

$$Ч_n = (P_m * (Гр + Гпзо)) / Фнорм,$$

де P_m – кількість робочих місць даної професії, передбачених у торговельній залі;

$Гр$ – кількість годин роботи підприємства за тиждень згідно з установленим графіком;

$Гпзо$ – кількість годин, потрібних для підготовчих і заключних операцій на тиждень;

$Фнорм$ – нормативний фонд робочого часу на одного робітника на тиждень.

8. Планування чисельності на основі планового балансу робочого часу та кількості робочих місць, планова середньооблікова чисельність робітників ($Ч_{пл}$):

$$Ч_{пл} = Ч_n \times Kз,$$

де $Kз$ – коефіцієнт заміни (коефіцієнт заміщення тимчасово відсутніх працівників).

9. Планування чисельності на основі планового балансу робочого часу коефіцієнт заміни (K_3):

$$K_3 = \Phi_{\text{норм}} / \Phi_{\text{факт}},$$

де $\Phi_{\text{норм}}$ – номінальний фонд робочого часу;

$\Phi_{\text{факт}}$ – фактичний (плановий) фонд робочого часу одного працівника з урахуванням планових неявок із поважних причин.

10. Планування чисельності економіко статистичним методом: коефіцієнт еластичності чисельності працівників від товарообороту ($K_{ел}$):

$$K_{ел} = \Delta Ч / \Delta Т,$$

де $\Delta Ч$ – темп зміни чисельності працівників у звітному періоді, порівняно з базисним, %;

$\Delta Т$ – темп зміни обсягу товарообороту, %.

11. Планування фонду заробітної плати за допомогою економіко статистичного методу ($\Phi_{ЗП}$):

$$\Phi_{ЗП} = T_{пл} \times P_{ЗП} : 100,$$

де $P_{ЗП}$ – рівень заробітної плати, що склався у попередньому періоді, у відсотках до товарообороту;

$T_{пл}$ – плановий товарооборот.

12. Планування фонду заробітної плати на основі планової чисельності робітників й індексу середньої заробітної плати:

$$\Phi_{ЗП} = Зф \times Ч_{пл} \times I_{ЗП},$$

де $Зф$ – фактична середня заробітна плата за поточний рік;

$Ч_{пл}$ – планова середньоспискова чисельність робітників;

$I_{ЗП}$ – плановий індекс середньої заробітної плати.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Визначити плановий річний фонд заробітної плати, загальну суму витрат на оплату праці та їх рівень до товарообороту в магазині «Жіночий одяг» на підставі таких даних:

1. У звітному році товарооборот становив 8683 тис. грн, чисельність працівників – 33 особи, фонд заробітної плати – 495 тис. грн, сума фонду матеріального заохочення за рахунок прибутку – 74,3 тис. грн.;

2. На плановий період передбачається приріст товарообороту в розмірі 12,4%, індекс зростання середньої заробітної плати у зв'язку з підвищенням мінімальної гарантованої зарплати складе 1,07, плановий прибуток складатиме 516,5 тис. грн, частка фонду матеріального заохочення в прибутку – 17,1%, коефіцієнт еластичності чисельності працівників від товарообороту – 0,73.

Розрахунки планових показників праці оформити таблицею.

Задача 2

Проаналізуйте показники з праці по ресторану «Люкс» та складіть пояснювальну записку (табл). У процесі аналізу необхідно визначити:

- продуктивність праці працівників підприємства та робітників виробництва;
- середньорічну заробітну плату в розрахунку на одного робітника підприємства та виробництва;
- рівень фонду оплати праці до товарообороту; динаміку показників із праці.

Показник	Попередній рік	Звітний рік
Товарооборот за рік, тис. грн	2025,8	2090,6
Оборот з продукції власного виробництва, тис. грн	1114,3	1296,4
Чисельність працівників ресторану, осіб	45	44
Чисельність робітників виробництва, осіб	25	26
Фонд оплати праці, тис. грн	240,7	247,6
Фонд оплати праці робітників виробництва, тис. грн	135,0	147,4

Задача 3

Для нового універсаму розрахувати необхідну кількість касових апаратів і визначити планову чисельність контролерів-касирів, за такими даними.

План товарообороту на рік складає 5500 тис. грн, магазин працює з 8 до 20 години, у неділю – з 8 до 18 години, перерва на обід 1 година.

В універсамі 360 робочих днів на рік. Витрати часу на обслуговування одного покупця з урахуванням нерівномірності потоку покупців складають 10 хв., середня вартість однієї покупки – 75 грн. Необхідно також урахувати, що повний і фактичний робочий час контролерів-касирів складає відповідно 253 і 231 днів, час на підготовку робочого місця складає 15 хв. на день.

Задача 4

Розрахувати різними методами продуктивність праці робітників підприємства ресторанного господарства за даними таблиці.

Показник	За рік
Валовий товарооборот, тис. грн, у т.ч.– оборот із продукції власного виробництва	18000 13500
– оборот з покупних товарів	?
Умовний товарооборот, тис. грн	?
Випуск страв, тис. страв	200
Коефіцієнт трудомісткості	1,5
Випуск страв в умовному виразі, тис. ум. страв	?
Чисельність працівників, усього осіб, у т.ч. робітників виробництва	25 16

Задача 5

1. Нарахувати заробітну плату працівникові, що працює в магазині на погодинній системі оплати праці, за місяць. Посадовий оклад працівника 1200 грн. Відповідно до наданого таблицю обліку часу робітника він відробив 20 днів замість 24 за графіком. При цьому один день є святковим.

2. Працівникові повинна бути нарахована премія, що випдачується відповідно до Положення про преміювання із двох частин:

- перша частина становить 5% від окладу та виплачується за культуру обслуговування при відсутності зауважень покупців;

- друга частина залежить від виконання плану товарообігу за місяць і передбачена в розмірі 5% за виконання плану й 2% за кожний відсоток перевиконання плану по відділу.

Премія нараховується за фактично відпрацьований час. За підсумками місяця зауважень щодо роботи даного працівника не надходило. Товарооборот за місяць планувався у розмірі 565 тис. грн, фактичний розмір товарообороту становив 605,4 тис. грн.

Задача 6

Розрахувати необхідну кількість касових апаратів і визначити планову чисельність касирів для магазину кулінарії, на основі таких даних про режим роботи підприємства.

Магазин кулінарії працює з 10 до 19 години, у неділю – з 10 до 16 години, без перерви на обід. Середні витрати часу на обслуговування одного покупця складають 12 хв., середня вартість однієї покупки становить 35 грн. Час на підготовку робочого місця займає 10 хв. на день. У святкові дні магазин не працює. Один день на місяць – санітарний. Під час обчислення кількості касирів необхідно врахувати плановий та фактичний фонд робочого часу робітників. Середня кількість днів відпустки – 18, невиходи на роботу з поважних причин – 8 днів.

План товарообороту магазину кулінарії на рік становить 2180 тис. грн.

Задача 7

Визначити середньооблікову та планову чисельність продавців для комплексуунівермагу на підставі таких даних.

1. Універмаг працює з 9⁰⁰ до 21⁰⁰ год., без перерви, один день на тиждень – з 10⁰⁰ до 18⁰⁰ год. Вихідний день – неділя. Час на підготовку та прибирання робочого місця – 2,5 год. на тиждень.

Тема 14. ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ РОБОТИ В ТОРГІВЛІ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4].

Питання до семінарського заняття:

1. Надайте обґрунтування необхідності реклами в торгівлі.
2. Які завдання виконує реклама?
3. Які види реклами вам відомі. Надайте їх ґрунтовну характеристику.
4. Визначте основне завдання торгової реклами.
 5. Особливості зовнішньої та внутрішньої реклами, їх переваги та недоліки
 6. Надайте визначення рекламних засобів та їх особливостей при застосуванні.
 7. Які форми реалізації реклами торговельного підприємства вам відомі?
 8. Переваги використання рекламного оголошення. Законодавчі особливості застосування рекламного оголошення.
 9. Які рекламні цикли вам відомі? Як вони пов'язані з життєвими циклами товару?
 10. Що таке рекламна кампанія? Які переваги її проведення?

Теми рефератів:

1. Види й класифікація інформаційної та організаційно-комерційної діяльності.
2. Умови надання інформаційних та організаційно-комерційних послуг.
3. Продукти інформаційної та організаційно-комерційної діяльності й методи їх оцінювання.
4. Види рекламних засобів та умови їх застосування.

5. Форми реалізації реклами торговельного підприємства: рекламне оголошення, рекламні цикли, рекламна кампанія.

6. Організація реклами в магазині.

7. Сучасні напрямки розвитку рекламної діяльності.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Економічна ефективність реклами (E):

$$E = ((T*П*Д)/100)*(H/(100-1)),$$

де T – товарооборот;

$П$ – прибуток, отриманий від рекламування товару;

$Д$ – кількість днів обліку товарообороту;

H – торговельна надбавка.

2. Додатковий товарооборот ($T\delta$):

$$T\delta = (Tc*П*Д)/100,$$

де $T\delta$ – додатковий товарооборот, одержаний завдяки рекламі;

Tc – середньоденний товарооборот до рекламного періоду;

$П$ – приріст середньоденного товарообороту за рекламний та після рекламний періоди;

$Д$ – кількість днів обліку товарообороту в рекламному і після рекламному періодах.

3. Економічний ефект (EE):

$$EE = (T\delta*Hm)/100 - (Up+U\delta),$$

де Hm – торговельна надбавка на товар у відсотках до ціни;

Up – витрати на рекламу, грн.;

$U\delta$ – додаткові витрати по приросту товарообігу, грн.

4. Рентабельність реклами (Pp):

$$Pp = (П*100)/в,$$

де $П$ – прибуток, отриманий від рекламування товару, грн.;

$в$ – витрати на рекламу даного товару, грн.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Середньоденний обсяг збуту продукції складає 50 тис. грн, а його приріст за рекламний і післярекламний періоди – 10%. Кількість днів урахування обсягу збуту продукції в рекламному і післярекламному періодах – 90. Визначити можливе збільшення обсягу збуту продукції під впливом реклами.

Задача 2

Середня ціна продажу одного виробу – 140 грн. Середньоденна кількість продажу виробів до рекламного періоду 230 шт., а за рекламний і післярекламний періоди – 246 шт. Кількість днів урахування обсягу збуту виробів у рекламному і післярекламному періодах – 80. Обчислити економічний ефект реклами.

Задача 3

Зростання обсягу збуту продукції внаслідок впливу реклами на покупців склало 500 тис. грн. Торговельна надбавка на продукцію – 5%; витрати на рекламу складають 6 тис. грн, а додаткові витрати на приріст обсягу збуту продукції – 10 тис. грн. Визначити прибуток від додаткового обсягу продажу продукції внаслідок впливу реклами на покупців і її рентабельність.

Практичні завдання:

Завдання № 1.

Скласти схему класифікації рекламних засобів.

Завдання № 2.

Скласти та оформити текст рекламних оголошень з урахуванням конкретних споживацьких мотивів:

1. ТОВ «Хазар» (м. Харків) за прямим контрактом здійснено закупівлю партії французької косметики фірми «L'OREAL». Комерційний директор ТОВ «Хазар» доручив працівнику комерційного відділу

підготувати текст рекламного оголошення про майбутнє надходження товарів.

2. ТОВ «ТІСА» мережа супермаркетів «ТАВРІЯ» закупили у іспанської фірми “Luana” партію оливок і маслин у широкому асортименті. Генеральний директор ТОВ «ТІСА» доручив комерційному відділу підготувати текст рекламних оголошень про надходження на ринок м. Харків указаних товарів для публікації в журналі «Афіша».

Завдання № 3.

Скласти текст рекламного оголошення, розкривши у ньому асортиментний профіль магазину, форми продажу товарів, додаткові послуги покупцям, режим роботи та інші можливі особливості роботи торгового підприємства.

ТОВ «Камелія» мережа магазинів «Фуршет» планує відкрити у кінці року спеціалізований магазин торговельною площею 500 м² з торгівлі фарфоро-фаянсовим, скляним посудом і сувенірами. Регіональний директор підприємства ТОВ «Кераміка» мережа магазинів «Фуршет» доручив комерційному відділу підготувати рекламно-інформаційний додаток для «Реклама Одеси».

Тема 15. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4].

Питання до семінарського заняття:

1. Охарактеризуйте систему показників і методику оцінювання рівня культури обслуговування покупців у магазині.
2. Яку роль відіграє система показників і методика оцінювання рівня культури обслуговування покупців у магазині?
3. Назвіть основні елементи, що визначають рівень обслуговування покупців у магазині.
4. Назвіть основні показники, які характеризують рівень обслуговування покупців у магазині.
5. Надайте рекомендації щодо оцінювання рівня культури обслуговування покупців у магазині.
6. Обґрунтуйте порядок здійснення торговельної діяльності.
7. Які основні правила торговельного обслуговування вам відомі?
8. Охарактеризуйте принципи організації торговельного обслуговування.
9. Що містить розуміння поняття «культура торгівлі» та які є фактори, що визначають її рівень.
10. Обґрунтуйте особливості визначення рівня культури торгівлі.
11. Які існують потреби особистості і суспільства і яку роль в їх задоволенні грає торгівля?
12. Які існують правила та норми торговельного обслуговування?
13. Які існують правила продажу продовольчих та непродовольчих товарів?
14. Що включають особливості організації контролю у сфері торгівлі?
15. Яким чином відбувається захист прав споживачів в Україні?

Теми рефератів:

1. Система основних елементів, що визначають рівень обслуговування покупців у магазині, і основні показники, які характеризують ці елементи.
 2. Система показників і методика оцінювання рівня культури обслуговування покупців у магазині.
 3. Шляхи підвищення рівня культури торговельного обслуговування у сучасних умовах.
 4. Фактори, що впливають на рівень торговельного обслуговування.
 5. Культура торгівлі та показники її рівня.
 6. Потреби особистості та суспільства.
 7. Норми та правила торговельного обслуговування населення, їх зміст.
- Правила продажу продовольчих та непродовольчих товарів.
8. Організація контролю у сфері торгівлі.
 9. Правові та організаційні засади захисту прав споживачів.

Сітуаційні завдання:

Завдання 1

31.07.2020 р. громадянин Петренко В. С. купив телефон вартістю більше 3 тис. грн у магазині. На третій день користування телефоном він виключився та перестав реагувати на будь-які маніпуляції. Наступного дня покупець відвіз товар у магазин та попросив повернути гроші, написав рекламацию про розірвання договору купівлі-продажу, базуючись на п. 1. ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів». Через декілька днів отримав письмову відповідь, що вказаний недолік не є істотним (а це саме те, на чому покупець наполягав в своїй претензії), і його вимога розірвання договору не буде задоволена. 10.08.2020 р. було написано заяву в магазин з проханням передати товар в СЦ для обслуговування і діагностики, товар прийняли згідно ст. 8 Закону. Термін обслуговування 14 днів, термін транспортування 7 днів. 01.09.2020 р. покупець звернувся в магазин для того, щоб забрати свій відремонтований телефон, але йому пояснили що телефон ще не готовий.

Згідно із законом перевищено термін заявленого ремонту і покупець має право висунути претензію на відшкодування пені у розмірі 1 % від вартості товару з моменту подачі відповідної заяви. Як далі діяти Петренко В.С., якщо його метою є розірвання договору купівлі-продажу товару?

Завдання 2

Покупцем Онищенко В. Я. була подана заява на ім'я продавця для того, щоб він на час ремонту основного товару замінив його із свого обмінного фонду на інший, відповідно до однієї із частин 8 ст. закону України «Про захист прав споживачів». Це було зроблено для того, щоб захистити права споживача, тому як він через довірливість підписав акт, в якому встановлено, що ремонт буде тривати до 60 днів. Протягом якого строку продавець може розглядати таку заяву (на заміну товару під час ремонту основного товару з обмінного фонду)?

Тема 16. ПОЗАМАГАЗИННІ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

Література до вивчення теми: [1; 2; 3; 4; 8; 10; 12].

Питання до семінарського заняття:

1. Що таке позамагазинна форма роздрібного продажу товарів? Які існують основні групи об'єктів цієї мережі?
2. З якою метою організується дрібнороздрібна торгівля?
3. Які складові продажу регламентують «Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі»?
4. Який документ регламентує продаж товарів у кіосках і палатках?
5. Які особливості формування асортименту підприємств дрібнороздрібної торговельної мережі?
6. Які існують види пересувної торгівлі, у залежності від використовуваних засобів і організаційно-технічних прийомів?
7. Чим розвізна торгівля відрізняється від розносної?
8. З якою метою організується торгівля через автомагазини? Який асортимент товарів найбільш часто реалізовується через них?
9. У чому полягає відмінність між ярмарками та базарами?
10. Що таке ярмарок з роздрібного продажу товарів?
11. Як класифікуються ярмарки?
12. Як організується продаж товарів на ярмарку?
13. Що таке базар? Чим базар відрізняється від ярмарку?
14. Який асортимент товарів може реалізовуватися під час проведення передсвяткового базару?
15. У чому сутність нових форм позамагазинного продажу товарів? Які їхні переваги?
16. Назвіть переваги і недоліки торгівлі поштою чи електронної торгівлі.

Теми рефератів:

1. Позамагазинні форми продажу товарів, їх соціально-економічне значення.
2. Організація дрібнороздрібної торгівлі. Порядок продажу товарів через дрібнороздрібну торговельну мережу.
3. Організація пересувної торгівлі. Види пересувної торгівлі: розносна та розвізна торгівля.
4. Торгівля на базарах і ярмарках.
5. Посилкова торгівля.
6. Нові форми позамагазинного продажу товарів: електронна торгівля, продаж товарів на замовлення, продаж товарів через аукціони.
7. Торгівля на ринках як особлива форма торговельно-сервісного обслуговування.
8. Характеристика ринкового господарства та його структурних елементів.
9. Організація системи послуг у торгівлі на ринках.

Основні формули для розв'язання задач:

1. Ціна, яка встановлюється на ринку, є математичним очікуванням граничної готовності платити за товар високої та низької якості:

$$Ц = P * M_B + (1 - P) M_H,$$

де P – ймовірність придбати товар високої якості;

M_B – гранична готовність платити за товар високої якості;

M_H – гранична готовність платити за товар низької якості.

2. Приватні граничні витрати (MC_p):

$$MC_p = dTC/dQ,$$

де TC – сукупні витрати;

Q – обсяг виробленої продукції.

3. Суспільні граничні витрати (MC_s):

$$MC_s = MC_p + MC_{ex}.$$

4. Податок на фірму, яка виробляє негативний зовнішній ефект (T) і субсидія держави виробнику позитивного зовнішнього ефекту (S):

$$T = P_s - P_p, S = P^*_s - P^*_p,$$

де P_s – рівноважна ціна з урахуванням зовнішнього ефекту;

P_p – рівноважна ціна без урахування зовнішнього ефекту;

P^*_s – приватна ціна рівноваги;

P^*_p – суспільна ціна рівноваги.

5. Суспільні граничні придбання (MB_s):

$$MB_s = MB_p + MB_{ex},$$

де MB_p – приватні граничні придбання на ринку;

MB_{ex} – позитивний зовнішній ефект.

Задачі для розв'язання:

Задача 1

Дві дилерські фірми з продажу старих автомобілів є конкурентами на внутрішньому ринку. Фірма А продає якісні автомобілі і її витрати на покупку і технічний огляд (з ремонтом) одного автомобіля складають в середньому 2 000 ум. од. Фірма Б – продає низькоякісні авто і її середні витрати на кожну машину складають 1 200 ум.од. Якби покупці могли в процесі покупки визначити якість придбаного автомобіля, вони погодилися б заплатити за нього 4 000 ум. од. фірмі А і лише 2 000 ум. од. фірмі Б. Однак, обидві фірми недавно з'явилися на даному ринку і ще не встигли придбати відповідну репутацію, тому покупці не мають уявлення про якість машин. Але зате їм відомо, що ймовірність покупки неякісного авто 50%.

Визначте ціну, яку покупці погодяться заплатити за автомобіль в цій ситуації?

Задача 2

За попередніми умовами задачі визначте:

1. Чи доречно фірмам продавати авто з гарантією, якщо фірма А вирішує надавати гарантії на автомобілі. При чому надання гарантії на N

років обійдеться їй у $800N$ ум. од. додаткових витрат на кожне авто в середньому. Вона також знає, що якщо фірма А теж запропонує точно такі ж гарантії, її додаткові витрати складуть в середньому $1\ 000N$ ум. од. на автомобіль.

2. Припустимо, що фірма А пропонує гарантію на один рік на всі машини, які вона продає. Чи послужить така гарантія достатнім сигналом про якість? Чи стане в цій ситуації фірма Б теж продавати свої автомобілі з гарантією?

3. Чи варто фірмі А пропонувати гарантію на два роки? На три роки?

4. На який термін слід було б надавати гарантію фірмі А, щоб бути точно впевненою в тому, що фірма Б не буде її брати з неї приклад і не зруйнує довіру покупців?

Задача 3

Відомо, що продавці старих телевізорів в хорошому і поганому стані оцінюють їх в 300 і 500 ум. од., покупці – відповідно в 450 і 550 ум. од.

1. При яких співвідношеннях часткою цих автомобілів на ринку будуть продаватися тільки телевізори в поганому стані?

2. При яких співвідношеннях часткою цих автомобілів на ринку будуть продаватися обидва типи товарів?

3. Припустимо, що на ринок надійшло 50 телевізорів в хорошому і 50 в поганому стані. Яка величина сукупного споживчого надлишку?

4. Яка величина сукупного споживчого надлишку в тому випадку, коли продавці зобов'язані продати свою продукцію за ціною рівності попиту і пропозиції (в разі ринку покупців)?

Задача 4

Відомо, що фірма В діє в галузі із зовнішнім ефектом. Сукупні витрати виробництва фірми без урахування зовнішнього ефекту складають:

$$TC = 1000 + 200Q + 1,5Q_2,$$

де Q – обсяг виробленої продукції.

Попит на товар, вироблений фірмою, визначається як $P = 400 - Q$.

Відомо, що товар виробляється при наявності негативного зовнішнього ефекту в розмірі: $MC_{\text{ex}} = 100 + Q$.

Яким будуть оптимальна ціна і оптимальний обсяг випуску з точки зору приватного агента? З точки зору суспільства? Яка повинна бути величина податку, що вводиться на одиницю товару, при якому на ринку з негативним зовнішнім ефектом досягається ефективний розподіл ресурсів?

Сітуаційні завдання:

Завдання 1

У віддаленому населеному пункті відсутні стаціонарні роздрібні торговельні підприємства. Запропонуйте види роздрібною торговельною мережі, які можна використати з метою забезпечення потреб населення. Якої форми торгівлі можуть бути ці підприємства?

Завдання 2

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

- за готівку;
- за мережу Інтернету;
- за платіжними картками;
- за договорами банківського кредиту.

Завдання 3

У віддаленому населеному пункті відсутні стаціонарні роздрібні торговельні підприємства. Запропонуйте види роздрібною торговельною мережі, які можна використати з метою забезпечення потреб населення. Якої форми торгівлі можуть бути ці підприємства?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. та ін. Організація торгівлі: підручник / І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін.; За ред. В.В. Апопія. 2-ге вид. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 615 с.
2. Афанасьєв М.В., Гончарова А. Б. Економіка підприємства. Харків: Харківський державний економічний університет, 2003. 468 с.
3. Апопій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
4. Аблязова О.М. Використання прогресивних форм торгівлі в сучасних інтеграційних процесах. Економіка та держава. № 4/2010. URL: www.economy.in.ua
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
6. Внутрішня торгівля України : монографія / А. А. Мазаракі, В. Д. Лагутін, А. Г. Герасименко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. тогр.-екон. ун-т, 2016. 864 с.
7. Гой І.В., Смелянська Т.П. Підприємництво: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 368 с.
8. Гончар Л.А. Торговельне підприємництво: конспект лекцій. Дніпропетровськ: ДУ ім. Альфреда Нобеля, 2012. 145 с.
9. Кратт О. А., Нікітчук Н. С. Доцільність комбінування форм торгівлі у магазині самообслуговування. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 535-541.
10. Марцін В.С. Економічна торгівля: підручник. 2-ге вид., випр. і доп., Київ: Знання, 2008. 603 с.
11. Про споживчу кооперацію: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12>.

12. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2. / Відп. ред. С.В.Мочерний. Київ: Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
13. Яковлев Ю.П. Економіка торгівлі: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2009. 356 с.
14. Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.96. № 369. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96>.
15. Про споживчу кооперацію: закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12>.
16. 11. Про електронну комерцію: закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
17. Словарь Linguee. URL: <https://www.linguee.com/english-russian/search?source=auto&query=Vending&cw=370>.
18. Що таке бутик і чим він відрізняється від звичайного магазину? URL: <https://moyaosvita.com.ua/krasa-moda/shho-take-butik-i-chim-vin-vidriznyayetsya-vid-zvichajnogo-magazinu/>

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Тема 1. ПЕРЕДУМОВИ, ЗНАЧЕННЯ, СУТНІСТЬ ТОРГІВЛІ.	6
Література до вивчення теми	6
Питання до семінарського заняття	6
Теми рефератів	6
Задачі для розв'язання	7
Тема 2. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТОРГІВЛІ ТА ПОКАЗНИКИ ЇЇ РОЗВИТКУ	8
Література до вивчення теми	8
Питання до семінарського заняття	8
Теми рефератів	8
Кейси	8
Тема 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	10
Література до вивчення теми	10
Питання до семінарського заняття	10
Теми рефератів	10
Основні формули для розв'язання задач	11
Задачі для розв'язання	12
Тема 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	14
Література до вивчення теми	14
Питання до семінарського заняття	14
Теми рефератів	14
Основні формули для розв'язання задач	14
Задачі для розв'язання	17
Тема 5. ВИДИ ОПТОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ ЗА УМОВ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	19
Література до вивчення теми	19
Питання до семінарського заняття	19
Теми рефератів	19
Основні формули для розв'язання задач	20
Задачі для розв'язання	20
Тема 6. ПЕРСОНАЛ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ І ЙОГО МАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ	21
Література до вивчення теми	21
Питання до семінарського заняття	21
Теми рефератів	22
Кейси	22
Задачі для розв'язання	24

Тема 7. ТОВАРНІ СКЛАДИ	26
Література до вивчення теми	26
Питання до семінарського заняття	26
Теми рефератів	27
Основні формули для розв'язання задач	27
Задачі для розв'язання	28
Ситуаційні завдання	29
Тема 8. ТАРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТАРНОГО ГОСПОДАРСТВА	30
Література до вивчення теми	30
Питання до семінарського заняття	30
Теми рефератів	31
Основні формули для розв'язання задач	31
Задачі для розв'язання	32
Тема 9. ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ТОВАРІВ ТА ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ	33
Література до вивчення теми	33
Питання до семінарського заняття	33
Теми рефератів	33
Основні формули для розв'язання задач	34
Задачі для розв'язання	35
Тема 10. ОСНОВНІ ФОНДИ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	37
Література до вивчення теми	37
Питання до семінарського заняття	37
Теми рефератів	37
Основні формули для розв'язання задач	38
Задачі для розв'язання	38
Тема 11. ДОХОДИ І ВИТРАТИ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	40
Література до вивчення теми	40
Питання до семінарського заняття	40
Теми рефератів	40
Основні формули для розв'язання задач	41
Задачі для розв'язання	42
Тема 12. ПРИБУТОК І РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ВІД ТОРГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	45
Література до вивчення теми	45
Питання до семінарського заняття	45
Теми рефератів	45
Основні формули для розв'язання задач	46
Задачі для розв'язання	46
Тема 13. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ У МАГАЗИНІ	49
Література до вивчення теми	49
Питання до семінарського заняття	49

Теми рефератів	49
Основні формули для розв'язання задач	50
Задачі для розв'язання	52
Тема 14. ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ РОБОТИ В ТОРГІВЛІ	57
Література до вивчення теми	57
Питання до семінарського заняття	57
Теми рефератів	57
Основні формули для розв'язання задач	58
Задачі для розв'язання	59
Практичні завдання	59
Тема 15. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	61
Література до вивчення теми	61
Питання до семінарського заняття	61
Теми рефератів	62
Ситуаційні завдання	62
Тема 16. ОРГАНІЗАЦІЯ ПОЗАМАГАЗИННОГО ПРОДАЖУ ТОВАРІВ	64
Література до вивчення теми	64
Питання до семінарського заняття	64
Теми рефератів	65
Основні формули для розв'язання задач	65
Задачі для розв'язання	66
Ситуаційні завдання	68
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ	69

Навчально-практичне видання

**Практикум з дисципліни «Економіка та організація торгівлі» для
студентів III року навчання бакалаврського рівня
спеціальності 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»**

**Марина Дмитрієвна Балджи
Вікторія Олександрівна Однолько**

Підписано до друку _____ Зам. _____ Формат паперу 60 X 84 1/16 Обсяг
_____ авт. арк. Тираж _____ прим. ОНЕУ, м. Одеса, вул. Преображенська, 8