

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ЕКОНОМІКА ПОСЛУГ ТА ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки
до самостійної роботи з дисципліни для здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент»
денної та заочної форм навчання

Електронний ресурс

Рецензенти:

Олена Черняєва – доцент, к. екон. н., доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту Бахмутського навчально-наукового професійно-педагогічного інституту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;

Тетяна Обидєннова – к. екон. н., доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту ННІ Українська інженерно-педагогічна академія Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 4 від 23 січня 2026 року)*

Економіка послуг та торгівлі: методичні вказівки до самостійної роботи
Е 46 з дисципліни для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання [Електронний ресурс] / уклад. О. А. Атаєва. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2026. – (PDF 46 с.)

Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни «Економіка послуг та торгівлі» розроблено для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання. Видання містить методичні рекомендації до самостійного опрацювання лекційних тем, виконання контрольної роботи, завдання для підсумкового контролю, а також орієнтовну тематику доповідей як альтернативної форми самостійної роботи.

Методичні вказівки спрямовані на формування системного розуміння економічних процесів у сфері послуг і торгівлі, розвиток аналітичного мислення та практичних навичок застосування теоретичних знань у професійній діяльності майбутніх фахівців з менеджменту.

УДК 338.46:339

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2026

© Атаєва О. А., уклад., 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
I. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНИХ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
II. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ.....	32
III. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ.....	40
IV. ДОДАТОК А.....	43
V. ДОДАТОК Б.....	44

ВСТУП

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується динамічними трансформаційними процесами у сфері торгівлі та послуг, зростанням конкуренції, цифровізацією торговельної діяльності, зміною споживчої поведінки та підвищенням вимог до якості торговельного обслуговування. У цих умовах особливої актуальності набуває підготовка фахівців, здатних комплексно оцінювати економічні процеси у сфері торгівлі та послуг, приймати обґрунтовані управлінські рішення та ефективно застосовувати теоретичні знання у практичній діяльності.

Навчальна дисципліна «Економіка послуг та торгівлі» є важливою складовою фахової підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» та спрямована на формування цілісного уявлення про економічні засади функціонування підприємств торгівлі і сфери послуг у сучасному ринковому середовищі. Зміст дисципліни охоплює питання організації торговельної діяльності, товароруку, складської логістики, торговельно-технологічних процесів, формування асортименту, культури торговельного обслуговування та оцінювання ефективності використання ресурсів торговельних підприємств.

Опанування дисципліни забезпечує інтеграцію теоретичних знань з економіки, менеджменту, маркетингу та логістики з практичними аспектами управління підприємствами торгівлі та послуг. Особлива увага приділяється формуванню у здобувачів освіти здатності аналізувати економічні показники діяльності торговельних підприємств, оцінювати вплив зовнішнього середовища на результати їх функціонування, обґрунтовувати управлінські рішення та адаптувати діяльність підприємств до змін ринкової кон'юнктури.

Важливе місце у процесі опанування дисципліни займає *самостійна робота студентів*, яка забезпечує поглиблення теоретичних знань, розвиток аналітичного мислення, формування навичок роботи з науковими, нормативно-правовими та аналітичними джерелами, а також сприяє набуттю практичних компетентностей майбутніх менеджерів у сфері торгівлі та послуг.

Методичні вказівки до самостійної роботи розроблено з метою методичного забезпечення навчального процесу, структурування змісту самостійної діяльності здобувачів освіти та створення єдиних підходів до виконання, перевірки й оцінювання завдань самостійної роботи з дисципліни.

Самостійна робота здобувачів вищої освіти з дисципліни «Економіка послуг та торгівлі» є обов'язковою складовою освітнього процесу та здійснюється відповідно до навчального плану, робочої програми дисципліни і вимог освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 073 «Менеджмент».

Метою самостійної роботи є поглиблення, систематизація та закріплення теоретичних знань, отриманих під час лекційних і практичних занять, а також формування у студентів умінь і навичок самостійного аналізу економічних процесів у сфері торгівлі та послуг, оцінювання діяльності торговельних підприємств і прийняття управлінських рішень.

Основні завдання самостійної роботи:

засвоєння ключових економічних категорій і понять сфери торгівлі та послуг;

формування здатності аналізувати організаційні та економічні процеси торговельної діяльності;

розвиток навичок роботи з нормативно-правовими актами, статистичними та аналітичними матеріалами;

опанування методів економічного аналізу показників діяльності підприємств торгівлі;

підготовка до поточного та підсумкового контролю знань.

Самостійна робота студентів структурована за лекційними темами дисципліни та логічно пов'язана з відповідними практичними заняттями. У межах кожної лекційної теми передбачено:

питання для самостійного опрацювання;

перелік практичних занять, що відповідають темі;

завдання різних видів (аналітичні, розрахункові, ситуаційні, творчі);

тестові завдання для перевірки рівня засвоєння матеріалу;

рекомендований перелік літературних джерел.

Такий підхід забезпечує цілісність навчального матеріалу, наступність між теоретичною та практичною підготовкою, а також сприяє ефективному контролю результатів навчання.

До основних форм самостійної роботи належать:

опрацювання навчальної та наукової літератури;

підготовка письмових відповідей на теоретичні питання;

виконання аналітичних і розрахункових завдань;

підготовка міні-есе, структурованих висновків;

виконання тестових завдань;

підготовка до практичних занять і контрольних заходів.

Методичні вказівки до самостійної роботи розроблено з урахуванням сучасних вимог до організації освітнього процесу у закладах вищої освіти, зокрема в умовах *змішаного та дистанційного навчання*. Запропонована структура самостійної роботи орієнтована на поєднання традиційних форм опрацювання навчального матеріалу з використанням *онлайн-освітніх платформ, електронних навчальних курсів, цифрових бібліотек та відкритих інформаційних ресурсів*.

Матеріали методичних вказівок спрямовані на забезпечення академічної мобільності здобувачів освіти, розвиток навичок самостійного пошуку, аналізу та критичного осмислення інформації, а також на формування відповідальності за результати власної навчальної діяльності. Використання тестових завдань, аналітичних і ситуаційних вправ у поєднанні з онлайн-інструментами контролю знань сприяє підвищенню якості засвоєння навчального матеріалу та забезпечує об'єктивність оцінювання результатів самостійної роботи студентів.

I. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНИХ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Передумови, значення та сутність торгівлі

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема спрямована на формування у здобувачів вищої освіти цілісного уявлення про торгівлю як складну соціально-економічну систему та одну з ключових сфер національної економіки. У межах теми розглядаються економічні передумови виникнення і розвитку торгівлі, її еволюція в системі товарно-грошових відносин, а також трансформація ролі торгівлі в умовах ринкової економіки.

Особлива увага приділяється аналізу сутності торгівлі як форми товарного обігу та як виду економічної діяльності, визначенню її основних функцій і принципів організації. Опрацювання цих питань дозволяє зрозуміти механізми доведення товарів від виробника до кінцевого споживача, формування попиту та пропозиції, а також забезпечення безперервності процесу відтворення.

Узагальнення матеріалу теми дозволяє побачити торгівлю не лише як процес купівлі-продажу, а як складну систему економічних взаємозв'язків, що формує умови функціонування виробництва і споживання. Розуміння сутності торгівлі допомагає студенту усвідомити, чому саме через торговельну діяльність реалізується економічна цінність товару, як формується попит і чому ефективна організація обігу є визначальною для результатів діяльності підприємства. Це створює основу для подальшого осмислення практичних управлінських рішень у сфері торгівлі та послуг.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі.
2. Торгівля як форма товарного обігу та як вид економічної діяльності.
3. Місце торгівлі в системі національної економіки.
4. Основні функції торгівлі в умовах ринкових відносин.
5. Взаємозв'язок виробництва, торгівлі та споживання.
6. Поняття та зміст організації торгівлі.
7. Торгівля як соціально-економічна система: основні ознаки та принципи функціонування.
8. Роль торгівлі у формуванні конкурентного середовища.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі.

Мета: сформувати у здобувачів освіти системне розуміння економічної сутності торгівлі, її функцій та ролі в розвитку товарно-грошових відносин; розвинути навички аналізу торгівлі як соціально-економічної системи.

Практичне заняття 2. Організаційна та функціональна структура торгівлі.

Мета: сформувати уявлення про організаційну та функціональну структуру сфери торгівлі; навчити аналізувати взаємозв'язки між суб'єктами торгівлі, визначати їх функції та місце в системі товарного обігу.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за даною темою передбачає виконання комплексу завдань різного рівня складності, що забезпечують поєднання теоретичної підготовки, аналітичної діяльності та самоконтролю знань.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте економічну сутність торгівлі як соціально-економічної системи. Охарактеризуйте її основні функції та поясніть їх значення для розвитку національної економіки.

Завдання 1.2. Проаналізуйте місце торгівлі в системі товарно-грошових відносин та обґрунтуйте її роль у взаємозв'язку між виробництвом і споживанням.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. На основі положень Господарського кодексу України проаналізуйте поняття «господарсько-торговельна діяльність». Визначте правові засади функціонування підприємств торгівлі та зробіть узагальнений висновок.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте трактування торгівлі як форми товарного обігу та як виду економічної діяльності. Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Роль торгівлі у забезпеченні економічної стабільності та розвитку суспільства» із використанням сучасних наукових підходів та аналітичних матеріалів.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння основних понять, функцій та принципів організації торгівлі.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Торгівля як вид економічної діяльності пов'язана з:

- а) виробництвом товарів;
- б) обміном товарів і послуг;
- в) плануванням виробництва;
- г) контролем споживання.

2. Основною функцією торгівлі є:

- а) формування доходів населення;
- б) обмін результатів праці на гроші;
- в) виробництво товарів;
- г) державне регулювання.

3. Торгівля як система характеризується:

- а) ізолюваністю елементів;
- б) цілісністю та взаємодією підсистем;
- в) випадковістю процесів;
- г) відсутністю зворотного зв'язку.

4. Функція доведення товарів від виробника до споживача називається:

- а) соціальна;
- б) товаропросування;
- в) регулююча;
- г) контрольна.

5. Торгівля забезпечує завершення процесу відтворення через:

- а) виробництво;
- б) обмін;
- в) розподіл;
- г) нагромадження.

6. До принципів організації торгівлі належить:

- а) хаотичність;
- б) адаптивність;
- в) замкнутість;
- г) фрагментарність.

7. Взаємозв'язок виробництва, торгівлі та споживання проявляється через:

- а) податкову систему;
- б) товарно-грошові відносини;
- в) адміністративне управління;
- г) бюджетний механізм.

8. Роль торгівлі у ринковій економіці полягає у:

- а) заміщенні виробництва;
- б) прискоренні товарного обігу;
- в) обмеженні конкуренції;
- г) зниженні споживання.

9. Торгівля як соціально-економічна система включає:

- а) лише роздрібну мережу;
- б) взаємопов'язані суб'єкти і процеси;
- в) тільки виробників;
- г) лише споживачів.

10. Формування конкурентного середовища у сфері торгівлі пов'язане з:

- а) монополізацією ринку;
- б) регулюючою функцією торгівлі;

- в) ізоляцією суб'єктів;
- г) зменшенням асортименту.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. Економіка послуг та торгівлі : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Андріяш В. Д. Економіка сфери послуг : навч. посіб. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 312 с.
3. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. Економіка торгівлі : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
4. Федулова Л. І. Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
5. Державна служба статистики України. Торгівля в Україні : статистичний збірник. Київ, 2023.
6. Господарський кодекс України : чинна редакція.

ТЕМА 2. Форми і принципи товаропостачання

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню сфери послуг як однієї з провідних складових сучасної національної економіки та важливого чинника соціально-економічного розвитку суспільства. У межах теми розглядається економічна сутність послуг, їх специфічні ознаки, роль і місце у структурі валового внутрішнього продукту, а також взаємозв'язок сфери послуг з іншими секторами економіки.

Особлива увага приділяється класифікації послуг, аналізу особливостей формування попиту і пропозиції на ринку послуг, а також впливу нематеріального характеру послуг на організацію діяльності підприємств цієї сфери. Опрацювання теми дає змогу глибше зрозуміти логіку функціонування ринку послуг і специфіку економічних процесів, що відбуваються у цій сфері.

Узагальнення матеріалу теми сприяє формуванню уявлення про сферу послуг як економічний простір, у якому безпосередньо поєднуються потреби споживачів і результати діяльності підприємств. Усвідомлення особливостей послуг дозволяє студенту краще зрозуміти, чому якість, доступність і організація сервісу часто є вирішальними для вибору споживача. Це знання допомагає критично оцінювати ефективність діяльності підприємств сфери послуг і орієнтуватися в сучасних тенденціях сервісної економіки.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття товароруку та товаропостачання в системі торгівлі.
2. Економічна сутність і значення товаропостачання.
3. Основні форми товаропостачання торговельних підприємств.
4. Принципи організації товаропостачання.
5. Товаропостачання роздрібною торговельною мережі.

6. Планування потреби в товарах у підприємствах торгівлі.
7. Фактори, що впливають на вибір форми товаропостачання.
8. Роль товаропостачання у забезпеченні ефективності товароруху.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 3. Основні поняття і сутність процесів товароруху і товаропостачання.

Мета: сформулювати у здобувачів освіти розуміння економічної сутності товароруху та товаропостачання; навчити аналізувати їх роль у забезпеченні безперервності торговельної діяльності.

Практичне заняття 4. Товаропостачання роздрібною торговельною мережею та визначення потреби в товарах.

Мета: сформулювати навички планування потреби в товарах, вибору раціональних форм товаропостачання та оцінювання їх ефективності для роздрібних торговельних підприємств.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поєднання теоретичного опрацювання матеріалу, аналітичної діяльності та самоконтролю знань.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте економічну сутність товаропостачання та його значення для діяльності підприємств торгівлі.

Завдання 1.2. Охарактеризуйте основні принципи організації товаропостачання та обґрунтуйте їх роль у забезпеченні ефективного товароруху.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. Проаналізуйте нормативно-правові вимоги до організації постачання товарів у сфері торгівлі. Визначте їх вплив на діяльність торговельних підприємств та зробіть узагальнений висновок.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте основні форми товаропостачання торговельних підприємств. Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки щодо доцільності їх використання.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Роль товаропостачання у забезпеченні конкурентоспроможності торговельного підприємства» з використанням сучасних наукових підходів та аналітичних матеріалів.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, форм і принципів товаропостачання.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Товаропостачання в торгівлі - це:

- а) виробництво товарів;
- б) процес забезпечення торговельних підприємств товарами;

- в) реалізація товарів споживачам;
- г) формування доходів підприємства.

2. Товарорух охоплює:

- а) лише транспортування товарів;
- б) сукупність операцій з переміщення товарів від виробника до споживача;
- в) процес виробництва;
- г) споживання товарів.

3. Основною метою товаропостачання є:

- а) мінімізація витрат виробництва;
- б) безперебійне забезпечення торговельної мережі товарами;
- в) зменшення асортименту;
- г) обмеження попиту.

4. До принципів товаропостачання належить:

- а) випадковість;
- б) ритмічність;
- в) хаотичність;
- г) ізольованість.

5. Вибір форми товаропостачання залежить від:

- а) лише виду товару;
- б) попиту, асортименту та умов постачання;
- в) рівня цін;
- г) податкової системи.

6. Планування потреби в товарах спрямоване на:

- а) зменшення обсягів продажу;
- б) узгодження попиту і пропозиції;
- в) ліквідацію запасів;
- г) зупинення товароруху.

7. Яка форма товаропостачання характерна для централізованих поставок?

- а) децентралізована;
- б) централізована;
- в) змішана;
- г) випадкова.

8. Ефективне товаропостачання сприяє:

- а) зростанню витрат обігу;
- б) підвищенню рівня торговельного обслуговування;
- в) зниженню оборотності товарів;
- г) скороченню асортименту.

9. Товарні запаси формуються з метою:
- а) накопичення нереалізованих товарів;
 - б) забезпечення безперервності продажу;
 - в) обмеження попиту;
 - г) підвищення цін.

10. Роль товаропостачання в товароруху полягає у:
- а) заміщенні виробництва;
 - б) організації руху товарів у сфері обігу;
 - в) скороченні споживання;
 - г) ізоляції торговельних підприємств.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Федулова Л. І. *Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки* : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
4. Андріяш В. Д. *Економіка сфери послуг* : навч. посіб. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 312 с.
5. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.
6. Господарський кодекс України : чинна редакція.

ТЕМА 3. Асортимент товарів і управління асортиментною політикою в торгівлі

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню асортименту товарів як ключового елемента торговельної діяльності та важливого чинника формування конкурентоспроможності підприємств торгівлі. У межах теми розглядаються сутність і класифікація товарного асортименту, його структура та показники, а також принципи й методи управління асортиментною політикою торговельних підприємств.

Особлива увага приділяється аналізу впливу асортименту на задоволення споживчого попиту, обсяги товарообороту, рівень торговельного обслуговування та фінансові результати діяльності підприємств торгівлі. Опрацювання теми формує у здобувачів освіти практичні навички оцінювання асортиментної політики та прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері формування й оптимізації товарного асортименту.

Узагальнення матеріалу теми дозволяє глибше усвідомити, що асортимент товарів є не просто переліком позицій, а результатом цілеспрямованих економічних рішень підприємства. Розуміння принципів

формування асортименту допомагає студенту побачити зв'язок між товарною пропозицією, поведінкою споживачів і фінансовими результатами підприємства. Це формує здатність аналізувати, чому одні асортиментні рішення забезпечують стабільний попит, а інші призводять до втрати конкурентних позицій.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття товарного асортименту та його роль у торговельній діяльності.
2. Класифікація товарного асортименту в торгівлі.
3. Структура асортименту товарів та її основні показники.
4. Асортиментна політика торговельного підприємства: сутність і завдання.
5. Принципи формування та управління асортиментом товарів.
6. Фактори, що впливають на формування асортименту товарів.
7. Методи аналізу та оцінювання товарного асортименту.
8. Роль асортименту у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 5. Товарний асортимент у торгівлі та його класифікація.

Мета: сформувати у здобувачів освіти знання щодо сутності та класифікації товарного асортименту; розвинути навички аналізу структури асортименту товарів у торговельних підприємствах.

Практичне заняття 6. Управління асортиментною політикою торговельного підприємства.

Мета: сформувати практичні навички управління асортиментною політикою, оцінювання її ефективності та прийняття управлінських рішень щодо оптимізації товарного асортименту.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поглиблення теоретичних знань, розвиток аналітичного мислення та формування практичних умінь у сфері управління товарним асортиментом.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте сутність товарного асортименту та охарактеризуйте його значення для діяльності торговельного підприємства.

Завдання 1.2. Проаналізуйте основні принципи управління асортиментною політикою та обґрунтуйте їх роль у задоволенні споживчого попиту.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. Проаналізуйте нормативно-правові вимоги щодо реалізації товарів у сфері торгівлі (захист прав споживачів, маркування, якість товарів). Зробіть узагальнений висновок щодо їх впливу на формування асортименту.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте основні види товарного асортименту за широтою, глибиною та повнотою. Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Роль асортиментної політики у формуванні лояльності споживачів» із використанням сучасних наукових підходів та аналітичних матеріалів.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, видів та принципів формування товарного асортименту.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Товарний асортимент у торгівлі - це:

- а) сукупність товарів, вироблених підприємством;
- б) сукупність товарів, що пропонуються торговельним підприємством споживачам;
- в) обсяг реалізованих товарів;
- г) система товароруху.

2. Широта асортименту характеризує:

- а) кількість товарних одиниць;
- б) кількість товарних груп і підгруп;
- в) рівень цін;
- г) обсяг продажу.

3. Глибина асортименту визначається:

- а) кількістю торговельних підприємств;
- б) кількістю різновидів товарів у межах однієї групи;
- в) обсягом товарообороту;
- г) рівнем доходів населення.

4. Асортиментна політика спрямована на:

- а) обмеження вибору товарів;
- б) формування оптимального асортименту відповідно до попиту;
- в) зменшення товарних запасів;
- г) скорочення витрат виробництва.

5. До факторів формування асортименту належать:

- а) лише виробничі можливості;
- б) попит споживачів і ринкова кон'юнктура;
- в) податкова система;
- г) бюджетні обмеження.

6. Повнота асортименту відображає

- а) обсяг товарообороту;

- б) ступінь відповідності асортименту попиту споживачів;
- в) кількість торговельних підприємств;
- г) рівень цін.

7. Управління асортиментом передбачає:

- а) випадковий добір товарів;
- б) планування, аналіз і коригування асортименту;
- в) лише закупівлю товарів;
- г) контроль персоналу.

8. Оптимальний асортимент забезпечує:

- а) зменшення конкуренції;
- б) підвищення рівня торговельного обслуговування;
- в) скорочення попиту;
- г) зростання витрат.

9. Асортиментна політика впливає на:

- а) тільки витрати підприємства;
- б) конкурентоспроможність торговельного підприємства;
- в) систему оподаткування;
- г) бюджет держави.

10. Основною метою формування асортименту є:

- а) максимізація товарних запасів;
- б) задоволення споживчого попиту та отримання прибутку;
- в) зменшення обсягів реалізації;
- г) обмеження вибору товарів.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Федулова Л. І. *Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки* : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
4. Андріяш В. Д. *Економіка сфери послуг* : навч. посіб. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 312 с.
5. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.
6. Закон України «Про захист прав споживачів» : чинна редакція.
7. Бутенко Н. В., Лук'янець Т. І. *Асортиментна політика торговельних підприємств* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 240 с.
8. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.

ТЕМА 4. Ціноутворення в торгівлі та цінова політика торговельних підприємств

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню економічної сутності ціни та особливостей процесу ціноутворення в сфері торгівлі. У межах теми розглядаються функції ціни, складові ціни товару, методи ціноутворення, а також чинники, що впливають на формування цін у торговельній діяльності.

Особлива увага приділяється аналізу цінової політики торговельних підприємств, її ролі у формуванні конкурентних переваг, забезпеченні прибутковості та задоволенні споживчого попиту. Опрацювання теми сприяє формуванню у здобувачів освіти практичних навичок обґрунтування цінових рішень і оцінювання їх впливу на результати діяльності підприємств торгівлі.

Узагальнення матеріалу теми сприяє розумінню ціни як інструменту економічного впливу, який одночасно відображає витрати підприємства, рівень попиту та умови конкуренції. Усвідомлення механізмів ціноутворення дозволяє студенту критично оцінювати цінові рішення підприємств торгівлі та розуміти, як зміна ціни може впливати на обсяги продажів і поведінку споживачів. Це формує економічне мислення, необхідне для прийняття зважених рішень у практичній діяльності.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття ціни та її економічна сутність.
2. Функції ціни в умовах ринкової економіки.
3. Склад і структура ціни товару в торгівлі.
4. Чинники, що впливають на формування цін у торгівлі.
5. Методи ціноутворення в торговельній діяльності.
6. Цінова політика торговельного підприємства: сутність і завдання.
7. Державне регулювання цін у сфері торгівлі.
8. Роль ціноутворення у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 7. Ціна товару та її структура в торгівлі.

Мета: сформувати у здобувачів освіти розуміння економічної сутності ціни, її складових та чинників формування; розвинути навички аналізу структури ціни товару.

Практичне заняття 8. Методи ціноутворення та цінова політика торговельного підприємства.

Мета: сформувати практичні навички застосування методів ціноутворення та обґрунтування цінових рішень у діяльності торговельних підприємств.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поглиблення теоретичних знань із питань ціноутворення, розвиток аналітичного мислення та формування умінь оцінювати цінову політику торговельних підприємств.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте економічну сутність ціни та охарактеризуйте її основні функції в умовах ринкової економіки.

Завдання 1.2. Проаналізуйте чинники, що впливають на формування цін у торгівлі, та обґрунтуйте їх значення для діяльності торговельного підприємства.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1 Проаналізуйте основні положення законодавства України щодо державного регулювання цін у сфері торгівлі. Зробіть висновок щодо меж і доцільності такого регулювання.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте основні методи ціноутворення в торгівлі (витратні, ринкові, параметричні). Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Цінова політика як інструмент конкурентної боротьби в торгівлі» з використанням сучасних наукових підходів та аналітичних матеріалів.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, функцій і методів ціноутворення в торгівлі.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Ціна товару - це:

- а) витрати виробництва;
- б) грошове вираження вартості товару;
- в) прибуток підприємства;
- г) податок на товар.

2. Основною функцією ціни є:

- а) стимулююча;
- б) обліково-вимірювальна;
- в) контрольна;
- г) соціальна.

3. До складових ціни товару в торгівлі належать:

- а) лише витрати виробництва
- б) собівартість, прибуток і податки;
- в) тільки податки;
- г) маркетингові витрати.

4. Витратний метод ціноутворення ґрунтується на:

- а) попиті споживачів;
- б) цінах конкурентів;
- в) витратах і нормативі прибутку;
- г) державному регулюванні.

5. Ринкові методи ціноутворення орієнтовані на:

- а) витрати підприємства;
- б) попит і пропозицію;
- в) податкову систему;
- г) бухгалтерський облік.

6. Цінова політика торговельного підприємства спрямована на:

- а) мінімізацію асортименту
- б) досягнення стратегічних цілей підприємства;
- в) зменшення товарообороту;
- г) обмеження попиту.

7. Державне регулювання цін застосовується з метою:

- а) підвищення прибутку підприємств;
- б) захисту інтересів споживачів;
- в) зменшення конкуренції;
- г) стимулювання монополій.

8. Зміна ціни впливає насамперед на:

- а) чисельність персоналу;
- б) обсяги попиту та продажу;
- в) структуру управління;
- г) форму власності.

9. Гнучка цінова політика дозволяє підприємству:

- а) фіксувати постійні ціни;
- б) адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури;
- в) уникати конкуренції;
- г) скорочувати асортимент.

10. Основною метою ціноутворення в торгівлі є:

- а) зниження витрат виробництва;
- б) забезпечення прибутковості та задоволення попиту;
- в) обмеження реалізації товарів;
- г) мінімізація доходів.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УІПА, 2024. 86 с.

2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Федулова Л. І. *Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки* : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
4. Андріяш В. Д. *Економіка сфери послуг* : навч. посіб. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 312 с.
5. Закон України «Про ціни і ціноутворення» : чинна редакція.
6. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.

ТЕМА 5. Витрати обігу та фінансові результати діяльності підприємств торгівлі

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню економічної сутності витрат обігу та фінансових результатів діяльності підприємств торгівлі. У межах теми розглядаються склад і структура витрат обігу, чинники, що впливають на їх рівень, а також показники фінансових результатів торговельної діяльності.

Особлива увага приділяється аналізу взаємозв'язку між витратами обігу, доходами, прибутком і рентабельністю торговельних підприємств. Опрацювання теми формує у здобувачів освіти практичні навички аналізу витрат, оцінювання фінансових результатів та обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі.

Узагальнення матеріалу теми дозволяє усвідомити, що витрати обігу є не лише необхідною умовою функціонування підприємства, а й важливим фактором формування його конкурентоспроможності. Розуміння структури та динаміки витрат допомагає студенту побачити, як нераціональні витрати знижують ефективність діяльності і які резерви можуть бути використані для її підвищення. Це сприяє формуванню навичок економічного аналізу та оцінювання результативності господарських рішень.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття та економічна сутність витрат обігу в торгівлі.
2. Склад і структура витрат обігу торговельних підприємств.
3. Класифікація витрат обігу та їх характеристика.
4. Чинники, що впливають на рівень витрат обігу.
5. Доходи підприємств торгівлі та їх економічний зміст.
6. Прибуток як узагальнюючий показник фінансових результатів.
7. Показники рентабельності торговельних підприємств.
8. Шляхи зниження витрат обігу та підвищення фінансових результатів.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 9. Витрати обігу підприємств торгівлі та їх аналіз.

Мета: сформувати у здобувачів освіти знання щодо складу і структури витрат обігу; навчити аналізувати чинники їх формування та оцінювати рівень витрат у торговельній діяльності.

Практичне заняття 10. Фінансові результати діяльності підприємств торгівлі.

Мета: сформувати практичні навички розрахунку та аналізу доходів, прибутку і рентабельності торговельних підприємств; навчити оцінювати ефективність торговельної діяльності.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поєднання теоретичної підготовки з аналітичною діяльністю та формування практичних умінь у сфері оцінювання ефективності торговельної діяльності.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте економічну сутність витрат обігу та охарактеризуйте їх значення для діяльності підприємств торгівлі.

Завдання 1.2. Проаналізуйте взаємозв'язок між витратами обігу, доходами та прибутком торговельного підприємства.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. Проаналізуйте нормативно-правові положення щодо формування фінансових результатів підприємств (Господарський кодекс України, податкове законодавство). Зробіть узагальнений висновок.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте основні види витрат обігу торговельних підприємств за економічним змістом. Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Оптимізація витрат обігу як чинник підвищення ефективності торговельної діяльності» із використанням сучасних наукових підходів та аналітичних матеріалів.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, класифікації витрат обігу та показників фінансових результатів.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Витрати обігу - це:

- а) витрати виробництва;
- б) витрати, пов'язані з процесом реалізації товарів;
- в) податкові платежі;
- г) фінансові санкції.

2. До витрат обігу належать:

- а) лише витрати на закупівлю товарів;
- б) витрати на зберігання, транспортування та реалізацію;

- в) витрати на виробництво;
- г) інвестиційні витрати.

3. Структура витрат обігу відображає:

- а) обсяг реалізації;
- б) співвідношення окремих елементів витрат;
- в) рівень попиту;
- г) розмір прибутку.

4. Основним джерелом формування прибутку підприємства торгівлі є:

- а) податкові надходження;
- б) доходи від реалізації товарів;
- в) дотації;
- г) кредити.

5. Прибуток - це:

- а) валовий дохід;
- б) виручка від реалізації;
- в) різниця між доходами і витратами;
- г) собівартість товарів.

6. Рентабельність характеризує:

- а) обсяг товарообороту;
- б) рівень витрат;
- в) ефективність діяльності підприємства;
- г) чисельність персоналу.

7. Зниження витрат обігу сприяє:

- а) зменшенню прибутку;
- б) зростанню фінансових результатів;
- в) скороченню товарообороту;
- г) підвищенню податків.

8. До показників фінансових результатів належить:

- а) товарні запаси;
- б) прибуток і рентабельність;
- в) чисельність персоналу;
- г) асортимент товарів.

9. Аналіз витрат обігу необхідний для:

- а) зменшення асортименту;
- б) прийняття управлінських рішень;
- в) контролю персоналу;
- г) скорочення попиту.

10. Основною метою управління фінансовими результатами є:
- а) мінімізація доходів;
 - б) підвищення ефективності торговельної діяльності;
 - в) обмеження реалізації;
 - г) зниження якості обслуговування.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Федулова Л. І. *Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки* : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
4. Андріяш В. Д. *Економіка сфери послуг* : навч. посіб. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 312 с.
5. Господарський кодекс України : чинна редакція.
6. Податковий кодекс України : чинна редакція.
7. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.

ТЕМА 6. Товарооборот і показники діяльності підприємств торгівлі

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню товарообороту як одного з ключових узагальнюючих показників діяльності підприємств торгівлі. У межах теми розглядається економічна сутність товарообороту, його види, структура та динаміка, а також система показників, що характеризують результати торговельної діяльності.

Особлива увага приділяється аналізу факторів, які впливають на обсяг і структуру товарообороту, оцінюванню ефективності торговельної діяльності та використанню показників товарообороту для прийняття управлінських рішень. Опрацювання теми формує у здобувачів освіти практичні навички аналізу показників діяльності підприємств торгівлі та оцінювання їх економічної ефективності.

Узагальнення матеріалу теми дозволяє усвідомити, що якість торговельного обслуговування є важливим нематеріальним чинником конкурентної боротьби. Розуміння ролі сервісу допомагає студенту побачити, як рівень обслуговування впливає на лояльність споживачів, повторні покупки та репутацію підприємства. Це сприяє формуванню уявлення про сервісну політику як складову довгострокового успіху підприємств торгівлі та сфери послуг.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття та економічна сутність товарообороту в торгівлі.
2. Види товарообороту та їх характеристика.

3. Структура товарообороту торговельних підприємств.
4. Фактори, що впливають на обсяг і динаміку товарообороту.
5. Показники товарообороту та методи їх аналізу.
6. Взаємозв'язок товарообороту з витратами, прибутком і рентабельністю.
7. Планування товарообороту в торговельних підприємствах.
8. Значення товарообороту в оцінюванні ефективності торговельної діяльності.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 11. Товарооборот торговельних підприємств та його аналіз.

Мета: сформувати у здобувачів освіти знання щодо сутності та видів товарообороту; навчити аналізувати обсяг, структуру та динаміку товарообороту торговельних підприємств.

Практичне заняття 12. Показники діяльності підприємств торгівлі.

Мета: сформувати практичні навички розрахунку та аналізу основних показників діяльності торговельних підприємств; навчити оцінювати ефективність торговельної діяльності.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поглиблення теоретичних знань і формування практичних умінь аналізу товарообороту та показників діяльності підприємств торгівлі.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте економічну сутність товарообороту та охарактеризуйте його значення для діяльності підприємств торгівлі.

Завдання 1.2. Проаналізуйте фактори, що впливають на обсяг і структуру товарообороту торговельного підприємства.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. Проаналізуйте офіційні статистичні матеріали Державної служби статистики України щодо товарообороту підприємств торгівлі. Зробіть узагальнений висновок про тенденції розвитку торгівлі.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте показники товарообороту підприємств роздрібної та оптової торгівлі. Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Товарооборот як індикатор ефективності діяльності торговельного підприємства» із використанням сучасних аналітичних даних.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, видів товарообороту та показників діяльності підприємств торгівлі.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Товарооборот - це:

- а) обсяг виробництва товарів;
- б) обсяг реалізації товарів у вартісному вираженні;
- в) сума витрат підприємства;
- г) величина прибутку.

2. Роздрібний товарооборот характеризує:

- а) продаж товарів між підприємствами;
- б) реалізацію товарів кінцевим споживачам;
- в) експорт товарів;
- г) оптові поставки.

3. Оптовий товарооборот відображає:

- а) продаж товарів населенню;
- б) реалізацію товарів підприємствам і організаціям;
- в) індивідуальне споживання;
- г) роздрібний продаж.

4. Структура товарообороту показує:

- а) рівень витрат;
- б) співвідношення окремих товарних груп у загальному обсязі реалізації;
- в) величину прибутку;
- г) чисельність персоналу.

5. Динаміка товарообороту характеризує:

- а) асортимент товарів;
- б) зміну обсягів товарообороту в часі;
- в) рівень цін;
- г) форму власності.

6. Основним фактором зростання товарообороту є:

- а) зменшення асортименту;
- б) зростання попиту споживачів;
- в) скорочення витрат;
- г) зниження цін.

7. Аналіз товарообороту необхідний для:

- а) зменшення конкуренції;
- б) прийняття управлінських рішень;
- в) скорочення персоналу;
- г) обмеження продажу.

8. Товарооборот безпосередньо пов'язаний з:

- а) чисельністю персоналу;
- б) прибутком підприємства;
- в) формою власності;
- г) системою управління.

9. Планування товарообороту спрямоване на:

- а) мінімізацію продажу;
- б) забезпечення ефективної торговельної діяльності;
- в) скорочення попиту;
- г) зменшення асортименту.

10. Зростання товарообороту свідчить про:

- а) погіршення результатів діяльності;
- б) підвищення ефективності торговельної діяльності;
- в) зменшення прибутку;
- г) зростання витрат.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Федулова Л. І. *Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки* : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
4. Шинкарук Л. В. *Товарооборот і показники ефективності торговельних підприємств* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 228 с.
5. Господарський кодекс України : чинна редакція.
6. Податковий кодекс України : чинна редакція.

ТЕМА 7. Організація торговельного обслуговування та сервісна політика підприємств торгівлі

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню сутності торговельного обслуговування як ключового елемента діяльності підприємств торгівлі та важливого чинника формування їх конкурентних переваг. У межах теми розглядаються поняття і принципи торговельного обслуговування, його форми та методи, а також роль сервісу в задоволенні потреб споживачів.

Особлива увага приділяється аналізу якості торговельного обслуговування, сервісної політики торговельних підприємств та її впливу на лояльність споживачів і результати господарської діяльності. Опрацювання теми формує у здобувачів освіти практичні навички оцінювання рівня торговельного сервісу та обґрунтування управлінських рішень у сфері обслуговування споживачів.

Узагальнення матеріалу теми дозволяє усвідомити, що якість торговельного обслуговування є важливим нематеріальним чинником конкурентної боротьби. Розуміння ролі сервісу допомагає студенту побачити, як рівень обслуговування впливає на лояльність споживачів, повторні покупки та репутацію підприємства. Це сприяє формуванню уявлення про сервісну політику як складову довгострокового успіху підприємств торгівлі та сфери послуг.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття торговельного обслуговування та його економічна сутність.
2. Роль торговельного обслуговування в діяльності підприємств торгівлі.
3. Форми і методи торговельного обслуговування покупців.
4. Принципи організації торговельного обслуговування.
5. Показники якості торговельного обслуговування.
6. Сервісна політика торговельного підприємства: сутність і складові.
7. Вплив рівня сервісу на споживчу поведінку та лояльність покупців.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 13. Організація торговельного обслуговування покупців.

Мета: сформувати у здобувачів освіти знання щодо сутності, форм і методів торговельного обслуговування; розвинути навички аналізу процесу обслуговування покупців у торговельних підприємствах.

Практичне заняття 14. Оцінювання якості торговельного сервісу.

Мета: сформувати практичні навички оцінювання рівня торговельного обслуговування та обґрунтування заходів щодо підвищення якості сервісу.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поглиблення теоретичних знань і розвиток практичних умінь у сфері організації торговельного обслуговування та сервісної політики.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте сутність торговельного обслуговування та обґрунтуйте його значення для діяльності підприємств торгівлі.

Завдання 1.2. Проаналізуйте принципи організації торговельного обслуговування та їх вплив на якість сервісу.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. Проаналізуйте положення законодавства України щодо захисту прав споживачів у сфері торгівлі та зробіть висновок про їх значення для організації торговельного обслуговування.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте основні форми торговельного обслуговування покупців (традиційне, самообслуговування, дистанційне). Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте короткі висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Сервісна політика як чинник формування конкурентних переваг торговельного підприємства» з використанням сучасних наукових підходів та практичних прикладів.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, принципів і форм торговельного обслуговування.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Торговельне обслуговування - це:
 - а) процес виробництва товарів;
 - б) сукупність операцій, спрямованих на задоволення потреб покупців у процесі купівлі;
 - в) формування асортименту;
 - г) управління персоналом.
2. Основною метою торговельного обслуговування є:
 - а) мінімізація витрат;
 - б) задоволення потреб і очікувань споживачів;
 - в) скорочення асортименту;
 - г) зниження товарообороту.
3. До форм торговельного обслуговування належить:
 - а) виробництво;
 - б) самообслуговування;
 - в) планування;
 - г) оподаткування.
4. Якість торговельного обслуговування визначається:
 - а) лише рівнем цін;
 - б) швидкістю, зручністю та культурою обслуговування;
 - в) обсягом товарообороту;
 - г) чисельністю персоналу.
5. Сервісна політика підприємства спрямована на:
 - а) обмеження контактів із покупцями;
 - б) формування стійких відносин зі споживачами;
 - в) зменшення витрат на персонал;
 - г) скорочення обсягів продажу.
6. Високий рівень сервісу сприяє:
 - а) зменшенню попиту;
 - б) підвищенню лояльності покупців;
 - в) зростанню витрат;
 - г) скороченню асортименту.

7. Показники якості торговельного обслуговування відображають:

- а) обсяг виробництва;
- б) рівень задоволеності споживачів;
- в) податкове навантаження;
- г) фінансові санкції.

8. Торговельне обслуговування безпосередньо впливає на:

- а) форму власності;
- б) конкурентоспроможність підприємства;
- в) податкову систему;
- г) бюджет держави.

9. Дистанційні форми обслуговування ґрунтуються на:

- а) традиційній торгівлі;
- б) використанні цифрових технологій;
- в) зменшенні асортименту;
- г) централізованому постачанні.

10. Основною тенденцією розвитку торговельного обслуговування є:

- а) зниження якості сервісу;
- б) орієнтація на споживача та персоналізацію послуг;
- в) обмеження вибору товарів;
- г) скорочення каналів збуту.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Федулова Л. І. *Розвиток внутрішньої торгівлі в умовах трансформаційної економіки* : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2020. 304 с.
4. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.
5. Закон України «Про захист прав споживачів» : чинна редакція.
6. Котлер Ф., Келлер К. Л. *Маркетинг. Управління взаємовідносинами з клієнтами та сервіс* : навч. посіб. Київ : Основи, 2020. 512 с.

ТЕМА 8. Електронна торгівля та інноваційні технології в сфері торгівлі

1. Коротка характеристика теми

Лекційна тема присвячена вивченню електронної торгівлі як сучасної форми торговельної діяльності та важливого напрямку розвитку сфери торгівлі в умовах цифрової економіки. У межах теми розглядаються сутність

електронної торгівлі, її види та моделі, а також інноваційні технології, що використовуються в торговельній діяльності.

Особлива увага приділяється аналізу переваг і ризиків електронної торгівлі, впливу цифрових технологій на організацію торговельних процесів, поведінку споживачів і конкурентоспроможність торговельних підприємств. Опрацювання теми формує у здобувачів освіти уявлення про сучасні тенденції розвитку торгівлі та навички оцінювання ефективності впровадження інноваційних технологій.

Узагальнення матеріалу теми сприяє розумінню трансформаційних процесів, що відбуваються у сфері торгівлі та послуг під впливом цифровізації, інновацій і зміни споживчих очікувань. Усвідомлення сучасних тенденцій дозволяє студенту орієнтуватися в актуальних формах торговельної діяльності та оцінювати перспективи розвитку підприємств у нових економічних умовах. Це формує готовність до сприйняття змін і адаптації до динамічного ринкового середовища.

2. Питання для самостійного опрацювання

1. Сутність та економічний зміст електронної торгівлі.
2. Види та моделі електронної торгівлі (B2B, B2C, C2C та ін.).
3. Основні платформи та канали електронної торгівлі.
4. Інноваційні технології в торгівлі (CRM, Big Data, AI, омніканальність).
5. Переваги та недоліки електронної торгівлі для підприємств і споживачів.
6. Вплив цифровізації на поведінку споживачів.
7. Проблеми та ризики розвитку електронної торгівлі.
8. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні.

3. Практичні заняття, що відповідають лекційній темі

Практичне заняття 15. Електронна торгівля як форма сучасного бізнесу.

Мета: сформулювати у здобувачів освіти знання щодо сутності, видів і моделей електронної торгівлі; розвинути навички аналізу діяльності підприємств у сфері e-commerce.

Практичне заняття 16. Інноваційні технології в управлінні торговельною діяльністю.

Мета: сформулювати практичні навички оцінювання впливу інноваційних технологій на ефективність торговельної діяльності та конкурентоспроможність підприємств торгівлі.

4. Види завдань для самостійної роботи

Самостійна робота за темою спрямована на поглиблення теоретичних знань і розвиток аналітичних умінь у сфері електронної торгівлі та інновацій.

4.1. Теоретико-аналітичні завдання

Завдання 1.1. Розкрийте сутність електронної торгівлі та охарактеризуйте її роль у розвитку сучасної економіки.

Завдання 1.2. Проаналізуйте вплив цифрових технологій на організацію торговельної діяльності підприємств.

4.2. Завдання з аналізу нормативно-правових джерел

Завдання 2.1. Проаналізуйте нормативно-правові акти України, що регулюють електронну комерцію. Зробіть висновок щодо правових умов розвитку електронної торгівлі.

4.3. Порівняльно-структурні завдання

Завдання 3.1. Порівняйте традиційну та електронну торгівлю за основними характеристиками (канали збуту, витрати, зручність для споживачів). Результати подайте у вигляді таблиці та сформулюйте висновки.

4.4. Аналітично-творчі завдання

Завдання 4.1. Підготуйте есе на тему: «Електронна торгівля як драйвер інноваційного розвитку сфери торгівлі» із використанням сучасних аналітичних даних.

4.5. Тестові завдання для самоконтролю

Виконайте тестові завдання з метою перевірки рівня засвоєння понять, моделей і технологій електронної торгівлі.

5. Тестові завдання для перевірки знань

1. Електронна торгівля - це:

- а) торгівля лише через магазини;
- б) торгівля з використанням інформаційно-комунікаційних технологій;
- в) оптова торгівля;
- г) внутрішній обмін товарів.

2. Модель B2C означає:

- а) торгівлю між споживачами;
- б) торгівлю між бізнесом і кінцевим споживачем;
- в) торгівлю між підприємствами;
- г) державні закупівлі.

3. До переваг електронної торгівлі належить:

- а) обмежений асортимент;
- б) зручність і доступність для споживачів;
- в) відсутність конкуренції;
- г) зростання витрат.

4. Омніканальний підхід передбачає:

- а) використання одного каналу збуту;
- б) інтеграцію різних каналів продажу;
- в) відмову від офлайн-торгівлі;
- г) скорочення сервісу.

5. CRM-системи використовуються для:

- а) управління запасами;
- б) управління взаємовідносинами з клієнтами;
- в) бухгалтерського обліку;
- г) оподаткування.

6. Big Data у торгівлі застосовується для:

- а) зберігання товарів;
- б) аналізу поведінки споживачів;
- в) контролю персоналу;
- г) зменшення асортименту.

7. Основним ризиком електронної торгівлі є:

- а) зростання попиту;
- б) загрози інформаційній безпеці;
- в) підвищення сервісу;
- г) розширення ринків збуту.

8. Електронна торгівля впливає на:

- а) лише ціни товарів;
- б) організацію торговельних процесів і конкуренцію;
- в) податкову систему;
- г) форму власності.

9. Розвиток e-commerce сприяє:

- а) скороченню інновацій;
- б) підвищенню конкурентоспроможності підприємств;
- в) зменшенню вибору товарів;
- г) зростанню витрат.

10. Перспективою розвитку електронної торгівлі є:

- а) відмова від цифрових технологій;
- б) подальша цифровізація та автоматизація процесів;
- в) обмеження доступу до ринків;
- г) зменшення ролі споживачів.

6. Рекомендована література до теми

1. Атаєва О. А. *Економіка послуг та торгівлі* : конспект лекцій. Бахмут : УПА, 2024. 86 с.
2. Ковальчук С. В., Лук'янова В. В. *Економіка торгівлі* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
3. Державна служба статистики України. *Торгівля в Україні* : статистичний збірник. Київ, 2023.
4. Закон України «Про електронну комерцію» : чинна редакція.
5. Господарський кодекс України : чинна редакція.
6. Податковий кодекс України : чинна редакція.

II. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота є обов'язковою формою самостійної роботи здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання. Виконання контрольної роботи спрямоване на перевірку рівня засвоєння теоретичних знань, умінь застосовувати їх для аналізу економічних процесів у сфері послуг і торгівлі, а також на формування навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

1. Мета і завдання контрольної роботи

Метою контрольної роботи є комплексна оцінка рівня теоретичної підготовки та сформованості аналітичних умінь здобувачів вищої освіти з дисципліни «Економіка послуг та торгівлі».

Основними завданнями контрольної роботи є:

- закріплення та систематизація знань за темами дисципліни;
- розвиток умінь аналізувати економічні показники діяльності підприємств торгівлі;
- формування навичок роботи з науковими джерелами та нормативно-правовими актами;
- набуття досвіду самостійного формулювання висновків.

2. Порядок вибору варіанта контрольної роботи

Контрольна робота виконується за індивідуальним варіантом, який визначається за останньою цифрою шифра здобувача освіти (номера залікової книжки або індивідуального навчального плану).

Кожен варіант контрольної роботи містить однакову структуру завдань, але різний зміст відповідно до визначеного варіанта.

3. Структура контрольної роботи

титульна сторінка (Додаток А);

зміст;

вступ;

основна частина;

висновки;

список використаних джерел.

4. Зміст контрольної роботи

Контрольна робота складається з трьох обов'язкових завдань.

1. Теоретичне завдання 1. Розкрити сутність та економічний зміст теоретичного питання з курсу «Економіка послуг та торгівлі» відповідно до обраного варіанта.

2. Теоретичне завдання 2. Проаналізувати окремих напрям діяльності підприємств торгівлі або сфери послуг (асортиментна політика,

ціноутворення, витрати обігу, товарооборот, торговельне обслуговування, електронна торгівля тощо) відповідно до варіанта.

3. Аналітичне (практичне) завдання. Виконати аналіз економічної ситуації або показників діяльності підприємства торгівлі (умовного або реального), зробити обґрунтовані висновки та пропозиції.

Виклад матеріалу має бути логічним, послідовним і аргументованим. Посилання на використані джерела оформлюються у квадратних дужках відповідно до ДСТУ 8302:2015.

5. Вимоги до оформлення контрольної роботи

Контрольна робота оформлюється з дотриманням таких вимог:

обсяг роботи – 15-20 сторінок друкованого тексту;

шрифт - *Times New Roman*, 14 пт;

міжрядковий інтервал - 1,5;

поля: ліве - 30 мм, праве - 15 мм, верхнє та нижнє - 20 мм;

абзацний відступ - 1,25 см;

нумерація сторінок - з другої сторінки;

список використаних джерел оформлюється відповідно до ДСТУ 8302:2015.

6. Критерії оцінювання контрольної роботи

Контрольна робота оцінюється у 20 балів.

Завдання	Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
Теоретичне завдання 1	Повнота та правильність розкриття питання, коректність термінології	7
Теоретичне завдання 2	Глибина аналізу, логічність викладу, аргументованість положень	6
Аналітичне (практичне) завдання	Обґрунтованість аналізу, практична спрямованість, висновки	5
Оформлення та самостійність	Дотримання вимог до оформлення, коректні посилання, авторський виклад	2
Усього		20

6. Завдання для контрольної роботи

Варіант 1.

1. Місце торгівлі в розвитку товарно-грошових відносин.

2. Механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства.

3. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.

4. Завдання. Розрахувати потребу в продовольчій торговельній мережі

для міста. Чисельність жителів у місті – 380 тис. осіб, 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 1000 осіб, на перспективу – 100 м² на 1000 осіб. У результаті реконструкції планується ввести в експлуатацію 200 м² торговельних площ.

Варіант 2.

1. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі.
2. Регулювання та контроль діяльності торговельних підприємств.
3. Правові та організаційні засади захисту прав споживачів.
4. Завдання. Визначте ефективність використання торгівельної площі магазину, якщо у ньому розміщено 62 одиниць торговельного обладнання з розміром його основи 0,9 X 0,6 м. Розрахуйте, скільки одиниць обладнання можна встановити додатково, якщо торговельна площа магазину 150 м².

Варіант 3.

1. Позамагазинні форми продажу товарів.
2. Сутність, особливості та основні види послуг у галузі торгівлі.
3. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажу товарів.
4. Завдання. Визначте розмір економії коштів, що отримані від упровадження засобів механізації в розрахунку на тону вантажу, що переробляється. Розрахуйте строк окупності витрат на придбання підйомно-транспортного обладнання на основі таких даних:
річний вантажообіг – 10 000 тон;
експлуатаційні витрати при переробці вантажу вручну – 20 000 тис. грн;
експлуатаційні витрати при механізованій переробці вантажу – 15 000 тис. грн;
витрати на придбання засобів механізації – 18 000 тис. грн;
нормативний строк окупності вкладень – 4 роки.

Варіант 4.

1. Електронна торгівля.
2. Особливості торговельної діяльності в підприємствах оптової торгівлі.
3. Закупівельна політика підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання.
4. Завдання. Визначити рівень культури обслуговування покупців, виходячи з табл. 1. Окресліть заходи з удосконалення оцінки рівня культури обслуговування.

Таблиця 1

Порядок розрахунку рівня культури обслуговування покупців

Показники	Загальна кількість покупців, що опитані, M_z	Кількість покупців, що дали відмінні та добрі оцінки, M_v	Коефіцієнти культури обслуговування на думку покупців, K_i	Значущість окремих показників у загальному рівні культурного обслуговування, Z_i	Коефіцієнт обслуговування покупців, що досліджується, K_{Σ}
Стійкість асортименту товарів	300	250	–	0,45	–
Додаткове обслуговування покупців	300	200	–	0,20	–
Витрати часу на очікування обслуговування	300	220	–	0,35	–
Культура обслуговування на думку покупців – визначається на основі узагальнюючого коефіцієнта, що дорівнює $\sum (K_i \times Z_i)$				1,00	–

При цьому необхідно враховувати, що магазин з високим рівнем обслуговування має величину узагальнюючого коефіцієнта від 0,901 та більше, з задовільним обслуговуванням – від 0,701 до 0,9, з низьким – 0,7 та нижче.

Варіант 5.

1. Стратегія управління товарними запасами торговельного підприємства.
2. Продуктивність праці та резерви її зростання на підприємствах роздрібної торгівлі.
3. Розширення джерел постачання товарних ресурсів споживчих товарів в сучасних умовах.
4. Завдання. У табл. 1. показано витрати на участь у виставково-ярмарковій діяльності підприємства ПАТ Пивзавод «Рогань».

Показники економічної ефективності від проведення виставкової діяльності відображено у табл. 2. Дохід, що отримано від виставково-ярмаркової діяльності, склав 12 % від загального доходу. Розрахуйте ефективність виставково-ярмаркової діяльності підприємства та наведіть рекомендації щодо поліпшення заходів з організації виставково-ярмаркової діяльності.

Таблиця 1

Витрати на проведення виставок та ярмарок

Елементи витрат	Сума, тис. грн	Структура, %
Оренда виставкового приміщення та обладнання	382,6	26,1
Транспортно-складські витрати	114,3	7,8
Заробітна плата	114,8	7,8
Охорона	29,3	2,0
Витрати на оформлення	306,4	20,9
Інформаційно-рекламні витрати	306,5	20,9
Культурна програма	57,2	3,9
Непередбачувані витрати	154,9	10,6
Всього	1466,0	100,0

Ефективність виставково-ярмаркової діяльності ПАТ Пивзавод «Рогань»

Варіант 6.

- Таблиця 1

Обсяги поставки товарів до магазинів

36

Варіант 7.

1. Ринок товарів кінцевого споживання та особливості його розвитку.
2. Особливості формування конкурентної політики торговельного підприємства.
3. Рекламно-інформаційна робота в сфері торгівлі.
4. Завдання. Визначити обсяги оптових закупівель товарів на плановий період для магазину і вибрати найкращого постачальника цих товарів за таких умов: у магазині «Максі» за листопад місяць продано $(2400 + 20)$ одиниць товару певної групи. Магазин працює з одним вихідним днем. При цьому в листопаді 2 робочих дні магазин був закритий на інвентаризацію. Визначити потребу в товарах даної групи для оптових закупівель на грудень місяць, якщо в грудні очікується зниження одноденної реалізації на $(5 + 0,1) \%$, очікувані запаси товарів даної групи на початку місяця – $(9000 + 20)$ грн., норматив запасів на кінець місяця – $(8000 - 10)$ грн, а роздрібна ціна однієї одиниці товару – 20 грн.

Варіант 8.

1. Стратегія створення системи надання послуг у торговельних підприємствах.
2. Актуальні завдання розвитку пропозиції споживчих товарів.
3. Роль зовнішньої торгівлі в поповненні ресурсів торговельних підприємств.
4. Завдання. В якій логічній послідовності загальноприйняте розташовувати розділи договору купівлі-продажу? Коректно сформулюйте назви розділів. Які з названих розділів є зайвими?

• преамбула • відповідальність сторін • предмет і об'єкт поставки • місце поставки • якість товару • розрахунок збитків • наслідки розірвання контракту • ціна і загальна вартість поставки	• гарантії • умови форс-мажор • базисні умови • умови продажу • обов'язки покупця • обов'язки продавця • порядок здачі-приймання товару • транспортні умови
---	---

Варіант 9.

1. Міжнародна торгівля послугами та їх класифікація.
2. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективу розвитку товарообороту підприємства.
3. Оптимізація товарних запасів.
4. Завдання. Розробити й обґрунтувати технологічне планування загально-товарного складу площею 2 000 м². Відношення ширини до довжини складу взяти рівним 1 : 2. Крок колон – 12X12м.

Варіант 10.

1. Сучасні тенденції в оплаті праці в торгівлі.
2. Зарубіжний досвід обґрунтування методу амортизаційних відрахувань у торгівлі.

3. Зовнішні фактори, що впливають на прибутковість підприємств торгівлі.

4. Завдання. 31.07.2025 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. 10.08.2025 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. 01.09.2025 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?

7. Доповідь як альтернативна форма самостійної роботи

У разі прийняття рішення викладачем або кафедрою доповідь може використовуватися як альтернативна форма самостійної роботи здобувачів вищої освіти з дисципліни «Економіка послуг та торгівлі».

Доповідь готується за однією з тем, наведених у Додатку Б, та спрямована на поглиблення теоретичних знань, розвиток аналітичного мислення і навичок публічного представлення результатів самостійної роботи.

Вимоги до структури, оформлення та використання джерел для доповіді відповідають вимогам, встановленим для контрольної роботи.

8. Перелік рекомендованої літератури

1. Закон України «Про використання реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.07.2021 р. №265/21-ВР.

2. Закон України «Про ветеринарну медицину» від 15.11.2021 № 2775-III (2775-14).

3. Закон України «Про захист прав споживачів» від 25.01.2021 р. №26/21-ВР.

4. Закон України «Про охорону праці» від 30.06.2021 р. № 783-XIV.
5. Закон України «Про споживчу кооперацію» від 06.04.2020 р.
6. Закон України «Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» від 23.12.2017 р. № 771/97-ВР.
7. Зразкове положення про торгово-закупівельне підприємство (ТЗП) на ринку від 29.12.2021 № 215.
8. Основні правила роботи об'єктів громадського харчування споживчої кооперації України від 14.01.2021 р. № 200.
9. Положення про лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринках від 09.03.2020 р.
10. Порядок здійснення торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення від 08.02.2021 №108)
11. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами (Указ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 13.03.2021 р. № 37)
12. Правила побутового обслуговування населення, постанова КМУ від 16.05.96 р. № 313; Про стабілізацію діяльності підприємств та організацій побутового обслуговування населення, постанова КМУ від 18.09.1993 р. № 750
13. Правила пожежної безпеки на ринках України від 04.12.2022 р. № 946/7234
14. Правила продажу непродовольчих товарів (Указ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 27.05.2021 р. № 294).
15. Україна. Верховна Рада. Кабінет Міністрів. Закон України "О національній програмі розвитку малого підприємництва в Україні". / Кабінет Міністрів України. – Київ : [б. в.], 2021.
16. Алопій В. В. Організація торгівлі : підручник, 3-є видання. / В. В. Алопій, І. П. Міщук. - К.: Центр учбової літератури, 2019. - 632 с.
17. Виноградська А. М. Комерційна діяльність торговельного підприємства : навч. посіб. /А. М. Виноградська. - К.: Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2020. - 278 с.
18. Мазаракі А. А. Торговельне підприємництво: стратегія, політика, конкурентоспроможність / А. А.Мазаракі , Д. М.Пшеслінський, І. В. Смолін. – Киев: КНТЕУ, 2019. - 242 с.
19. Пономарьова Ю. В. Логістика : навчальний посібник / Ю. В. Пономарьова. – Київ: Центр навчальної літератури, 2019. – 198 с.
20. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Під редак. С. В. Мочерного.- К.: Академія, 2020. - Т. 2. - 838 с.

III. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ

3.1. Питання для підсумкового контролю охоплюють основні теоретичні положення та практичні аспекти дисципліни «Економіка послуг та торгівлі» і спрямовані на перевірку рівня засвоєння навчального матеріалу, уміння аналізувати економічні процеси у сфері послуг і торгівлі, а також формулювати обґрунтовані висновки.

Під час підготовки до підсумкового контролю здобувачам вищої освіти рекомендується опрацьовувати лекційний матеріал, виконані завдання самостійної роботи та контрольну роботу.

Перелік питань для підсумкового контролю

1. Торгівля як соціально-економічна система та її роль у національній економіці.
2. Економічні передумови виникнення і розвитку торгівлі.
3. Торгівля як форма товарного обігу та як вид економічної діяльності.
4. Основні функції торгівлі в умовах ринкової економіки.
5. Місце торгівлі в системі товарно-грошових відносин.
6. Взаємозв'язок виробництва, торгівлі та споживання.
7. Сутність і значення сфери послуг у сучасній економіці.
8. Класифікація послуг за економічними та функціональними ознаками.
9. Особливості формування попиту і пропозиції на послуги.
10. Роль сфери послуг у соціально-економічному розвитку країни.
11. Поняття товарного асортименту та його структура.
12. Класифікація асортименту товарів у торгівлі.
13. Чинники формування асортименту товарів.
14. Асортиментна політика торговельного підприємства.
15. Методи управління асортиментом товарів.
16. Вплив асортименту на конкурентоспроможність підприємства торгівлі.
17. Сутність цінової політики підприємств торгівлі.
18. Основні чинники ціноутворення у сфері торгівлі.
19. Види цін у торговельній діяльності.
20. Методи формування торговельних цін.
21. Роль цінової політики у формуванні попиту.
22. Державне регулювання цін у сфері торгівлі.
23. Поняття та економічна сутність витрат обігу.
24. Класифікація витрат обігу в торгівлі.
25. Чинники формування витрат обігу.
26. Показники оцінювання ефективності витрат обігу.
27. Шляхи зниження витрат обігу на підприємствах торгівлі.
28. Товарооборот як узагальнюючий показник діяльності підприємств торгівлі.
29. Види товарообороту та їх характеристика.

30. Фактори, що впливають на обсяг товарообороту.
31. Доходи підприємств торгівлі та їх економічна сутність.
32. Прибуток як фінансовий результат діяльності підприємства торгівлі.
33. Показники рентабельності в торговельній діяльності.
34. Поняття якості торговельного обслуговування.
35. Показники та методи оцінювання якості обслуговування споживачів.
36. Сервісна політика підприємств торгівлі та її складові.
37. Вплив рівня сервісу на поведінку споживачів.
38. Роль персоналу у підвищенні якості торговельного обслуговування.
39. Інновації у сфері торгівлі та послуг.
40. Електронна торгівля: сутність, форми та особливості розвитку.
41. Переваги та ризики електронної торгівлі.
42. Цифровізація торговельних процесів.
43. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток торгівлі.
44. Соціальна відповідальність підприємств торгівлі.
45. Організаційно-економічні особливості діяльності підприємств торгівлі.
46. Конкурентне середовище у сфері торгівлі та чинники його формування.
47. Основні тенденції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.
48. Проблеми розвитку сфери торгівлі та послуг у сучасних умовах.
49. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі.
50. Перспективи розвитку сфери послуг і торгівлі в Україні.
51. Вплив споживчих уподобань на розвиток торгівлі та сфери послуг.
52. Роль інформації та маркетингових досліджень у діяльності підприємств торгівлі.
53. Взаємозв'язок асортиментної та цінової політики торговельного підприємства.
54. Вплив витрат обігу на формування торговельних цін.
55. Значення фінансового аналізу в управлінні діяльністю підприємств торгівлі.

3.2. Розрахункові завдання спрямовані на перевірку вмінь застосовувати економічні розрахунки для аналізу діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг: визначати товарооборот, валовий дохід, прибуток, рентабельність, торговельну націнку, товарні запаси, показники ефективності та якості обслуговування, а також окремі індикатори електронної торгівлі.

Вимоги до виконання: записати умову; подати формули; виконати розрахунок із поясненням; сформулювати короткий висновок (1–2 речення).

Блок 1. Товарні запаси, товаропостачання, оборотність

Завдання 1. Підприємство має середній товарний запас 420 тис. грн. Обсяг роздрібного товарообороту за місяць - 1 680 тис. грн. Визначити:

- а) товарооборотність у разях;
- б) тривалість одного обороту (за 30 днів).

Завдання 2. Середньоденний продаж товару становить 18 тис. грн. Норматив страхового запасу - 5 днів, поточного - 12 днів. Визначити норматив товарного запасу (грн).

Завдання 3. Пан продажу товарної групи - 2 400 тис. грн/міс. Планова середня торговельна націнка - 22% (до закупівельної вартості). Визначити планову потребу в закупівлі товарів (закупівельна вартість), тис. грн.

Блок 2. Ціноутворення, торговельна націнка, ПДВ

Завдання 4. Закупівельна ціна одиниці товару - 240 грн (без ПДВ). Торговельна націнка - 30% до закупівельної ціни. Ставка ПДВ - 20%. Визначити роздрібну ціну з ПДВ.

Завдання 5. Роздрібна ціна товару з ПДВ - 780 грн. Торговельна націнка - 25% до закупівельної ціни (без ПДВ). Ставка ПДВ - 20%. Визначити закупівельну ціну без ПДВ.

Завдання 6. Підприємство планує знизити роздрібну ціну товару на 8% для стимулювання попиту. Початкова ціна - 520 грн. Визначити: а) нову ціну; б) абсолютну величину зниження ціни (грн).

Блок 3. Валовий дохід, витрати обігу, прибуток, рентабельність

Завдання 7. Товарооборот підприємства за місяць - 3 500 тис. грн. Середня торговельна націнка (у % до закупівельної вартості) - 28%. Визначити валовий дохід (тис. грн) за умови, що валовий дохід = товарооборот – закупівельна вартість.

Завдання 8. Валовий дохід - 620 тис. грн. Витрати обігу - 480 тис. грн. Визначити прибуток та зробити висновок щодо результату діяльності.

Завдання 9. Прибуток підприємства - 190 тис. грн. Витрати обігу - 760 тис. грн. Визначити рентабельність витрат (%).

Блок 4. Аналіз товарообороту: план/факт, темп росту, відхилення

Завдання 10. План товарообороту - 2 800 тис. грн, фактичний - 3 010 тис. грн. Визначити абсолютне та відносне відхилення (%).

Завдання 11. Товарооборот у базисному році - 24,6 млн грн, у звітному - 27,8 млн грн. Визначити темп зростання (%) та темп приросту (%).

Завдання 12. Частка товарної групи А в товарообороті зросла з 18% до 23% при загальному товарообороті 12 000 тис. грн. Визначити зміну обсягу реалізації групи А (тис. грн).

Блок 5. Якість обслуговування та електронна торгівля

Завдання 13. Опитано 200 покупців. «Відмінно» або «добре» оцінили обслуговування 156 осіб. Визначити частку позитивних оцінок (%) і зробити висновок про рівень сервісу.

Завдання 14. Інтернет-магазин мав 48 000 відвідувань за місяць і 1 440 замовлень. Визначити конверсію (%) та інтерпретувати показник.

Завдання 15. Середній чек зріс з 520 грн до 585 грн. Кількість замовлень - 1 300. Визначити приріст виручки (грн), який забезпечено лише за рахунок зростання середнього чека.

**ПРИКЛАД ТИТУЛЬНОЇ СТОРІНКИ
КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

*Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Бахмутський навчально-науковий професійно-педагогічний інститут
Кафедра економіки підприємств та менеджменту*

*Контрольна робота
з дисципліни: «Економіка послуг та торгівлі»
студента III курсу
групи _____
варіант _____
Іванова Степана Васильовича*

Викладач: доц. Атаєва О.А.

*Харків
202__р.*

РЕКОМЕНДОВАНИЙ ПЕРЕЛІК ТЕМ ДОПОВІДЕЙ

1. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі.
2. Місце торгівлі в розвитку товарно-грошових відносин.
3. Вплив торгівлі на розвиток виробництва в ринкових умовах господарювання.
4. Ринок товарів кінцевого споживання та особливості його розвитку в сучасних умовах.
5. Споживання і потреби, їх сутність і економічна характеристика.
6. Попит як форма прояву потреби і як елемент ринку.
7. Фактори, що впливають на попит та пропозицію.
8. Ціна як важіль економічного впливу на розвиток економіки.
9. Конкурентна політика та ефективність діяльності торговельного підприємства.
10. Особливості формування конкурентної політики торговельного підприємства в умовах глобалізації.
11. Механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства.
12. Конкуренція як засіб антимонопольного регулювання товарних ринків.
13. Механізм управління сталим розвитком торгівлі.
14. Реформування торгівлі на основі концепції сталого розвитку.
15. Перспективи інтеграції України до Світової організації торгівлі та Європейського Союзу.
16. Особливі форми продажу товарів.
17. Електронна торгівля.
18. Сутність, особливості та основні види послуг у галузі торгівлі.
19. Стратегія створення системи надання послуг у торговельних підприємствах.
20. Регулювання та контроль діяльності торговельних підприємств.
21. Правові та організаційні засади захисту прав споживачів.
22. Позамагазинні форми продажу товарів.
23. Рекламно-інформаційна робота в сфері торгівлі.
24. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів.
25. Актуальні завдання розвитку пропозиції споживчих товарів.
26. Проблеми підтримки та сприяння діяльності вітчизняного товаровиробника.
27. Тенденції розвитку торговельної інфраструктури в Україні та основні чинники, що їх визначають.
28. Особливості торговельної діяльності в підприємствах оптової торгівлі.
29. Проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі в сучасних умовах.

30. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.
31. Проблеми розвитку підприємств роздрібною торгівлі в сучасних умовах.
32. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств роздрібною торгівлі.
33. Роль зовнішньої торгівлі в поповненні ресурсів торговельних підприємств.
34. Міжнародна торгівля послугами та їх класифікація.
35. Фактори, що визначають тенденції та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі.
36. Проблеми розвитку підприємств торгівлі в сучасних умовах.
37. Тенденції розвитку нових форматів торгівлі в Україні.
38. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективу розвитку товарообороту підприємства.
39. Розширення джерел постачання товарних ресурсів споживчих товарів і сучасних умовах.
40. Оптимізація товарних запасів – важлива умова ефективної роботи підприємства торгівлі.
41. Закупівельна політика підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання.
42. Стратегія управління товарними запасами торговельного підприємства.
43. Оптимізація партії постачання ресурсів товарів на підприємствах торгівлі.
44. Специфіка праці робітників підприємств торгівлі.
45. Продуктивність праці та резерви її зростання в підприємствах роздрібною торгівлі.
46. Сучасні тенденції в оплаті праці в торгівлі.
47. Сучасні проблеми амортизаційної політики держави і підприємств торгівлі різних форм власності.
48. Зарубіжний досвід обґрунтування методу амортизаційних відрахувань у торгівлі.
49. Внутрішні та зовнішні джерела формування фінансових ресурсів підприємств торгівлі.
50. Позикові ресурси торговельного підприємства та необхідність їх використання в діяльності підприємств торгівлі.
51. Джерела фінансування поточних витрат торговельного підприємства.
52. Найважливіші напрямки раціоналізації та економії витрат торговельного підприємства.
53. Економічна природа поточних витрат торговельного підприємства, їх характеристика та регулювання.
54. Особливості формування доходів торговельного підприємства в умовах падіння попиту на споживчі товари.
55. Стратегічне управління доходами підприємств торгівлі.

Електронне навчальне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимі

Атаєва Олена Алімівна

ЕКОНОМІКА ПОСЛУГ ТА ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки
до самостійної роботи з дисципліни для здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент»
денної та заочної форм навчання

В авторській редакції

Підписано до розміщення 23.01.2026. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 2,93. Обсяг 0,964 Мб. Зам. № 20/26.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна