

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Кафедра Економіки і підприємництва

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання контрольної роботи
з дисципліни «Основи торгової діяльності»
для студентів заочної форм навчання
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Харків 2020

Розробник: доц. Кирчата І.М.

ВСТУП

Методичні вказівки до виконання контрольної роботи складено на основі програми навчальної дисципліни “Основи торгової діяльності” та відповідно до освітньо-професійної програми і навчального плану підготовки бакалавра в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльності».

1. Мета, предмет та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою вивчення навчальної дисципліни є: набуття спеціальних теоретичних знань щодо організації і технології торговельної діяльності та навичок їх практичного застосування на підприємствах торгівлі за сучасних умов господарювання.

1.2 Предметом вивчення навчальної дисципліни є: сучасні концепції, методичні підходи щодо забезпечення ефективності функціонування підприємств торгівлі за умов конкуренції; опанування методичним інструментарієм здійснення аналізу організації роздрібною і оптовою торгівлі, розробки рекомендацій щодо її вдосконалення і підвищення ефективності

1.3 Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є: здобуття теоретичних знань з питань розвитку роздрібною торговельною мережі, організації процесу продажу товарів, обслуговування покупців, технологічного процесу в магазинах, організації гуртової торгівлі, торгівлі на біржах і аукціонах, ; вивчення зарубіжного досвіду організації торгівлі та формування критичного осмислення доцільності й можливості його використання у практиці торгівлі України; набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності організації торгівлі та наслідків управлінських рішень, що приймаються

1.4 По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

- сутність розвитку роздрібною торговельною мережі, складської мережі;
- поняття технологічного процесу в магазинах і на складах, тарообігу;
- технологічного процесу в магазинах;
- організацію гуртової, роздрібною торгівлі, торгівлі на біржах і аукціонах;
- організацію процесу продажу товарів, обслуговування покупців;
- здійснення розрахункових операцій у сфері торгівлі.

уміти:

- оцінювати економічну ефективність діяльності торговельного підприємства;
- здійснювати аналіз організації роздрібною і оптовою торгівлі;
- розробляти рекомендації щодо вдосконалення і підвищення ефективності організації роздрібною і оптовою торгівлі;
- здійснювати аналіз зовнішньої торгівлі підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки: Економічна теорія, Макроекономіка, Мікроекономіка, Маркетинг, Економіка підприємства, Підприємництво і бізнес-культура.

1. ЗМІСТ ЗАВДАНЬ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ЇХ ВИКОНАННЯ

Контрольні роботи займають важливе місце в учбовому процесі. Мета їх виконання - придбання студентами навичок самостійної роботи з літературними джерелами, вмінь пов'язувати теоретичні знання з практичними. Окрім цього, контрольні роботи - це форма перевірки самостійної роботи студентів, що дозволяє викладачеві установити її недоліки та зазначити шляхи їх усунення. Якість роботи визначається тим, наскільки самостійно й вірно студент виконав роботу. Кожний студент повинен вибрати та виконати контрольну роботу відповідно свого варіанту. Перед початком виконання контрольної роботи студент повинен вивчити літературу.

Контрольна робота складається з трьох теоретичних запитань.

На титульному листі роботи необхідно указати найменування університету, кафедри, групи, номер варіанту, своє прізвище, ім'я та по батькові. Контрольну роботу після її виконання необхідно здати на рецензію, а потім захистити викладачеві. Якщо робота виконана незадовільно, студент повинен написати нову або суттєво переробити існуючу контрольну роботу. Нову роботу студент повинен подати на кафедру разом з попередньою.

Номер варіанту для розкриття низки теоретичних питань відповідає комбінації передостанньої та останньої цифри залікової книжки (табл.1).

Таблиця 1 - Варіанти завдань на виконання контрольної роботи

Передостання цифра шифру (номера залікової книжки)	Остання цифра шифру (номера залікової книжки)									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1, 15,26	2,16,27	3,17,28	4,18,29	5,20,30	6,21,31	7,22,32	8,23,33	9,24,34	10,25,35
1	2,16,36	3,23,37	4,18,38	7,19,39	6,17,40	7,21,31	1,9,32	3,12,36	12,23,40	6,11,34
2	3,11,17	4,12, 24	3,13, 29	8,20,40	7,18,29	8,22,34	6,18,37	7,21,31	13,24,38	5,12,24
3	1, 15,26	2,16,27	3,17,28	4,18,29	5,20,30	6,21,31	7,22,32	8,23,33	9,24,34	10,25,35
4	2,16,36	3,23,37	4,18,38	7,19,39	6,17,40	7,21,31	1,9,32	3,12,36	12,23,40	6,11,34
5	3,11,17	4,12, 24	3,13, 29	8,20,40	7,18,29	8,22,34	6,18,37	7,21,31	13,24,38	5,12,24
6	3,11,17	4,12, 24	3,13, 29	8,20,40	7,18,29	8,22,34	6,18,37	7,21,31	13,24,38	5,12,24
7	1, 15,26	2,16,27	3,17,28	4,18,29	5,20,30	6,21,31	7,22,32	8,23,33	9,24,34	10,25,35
8	1, 15,26	2,16,27	3,17,28	4,18,29	5,20,30	6,21,31	7,22,32	8,23,33	9,24,34	10,25,35
9	2,16,36	3,23,37	4,18,38	7,19,39	6,17,40	7,21,31	1,9,32	3,12,36	12,23,40	6,11,34

Відповіді на теоретичні запитання повинні бути чіткими і стислими, бажано з наведенням конкретних прикладів. При написанні відповідей на теоретичні питання не припускається самовільного скорочення та позначень, не

прийнятих у економічній літературі. В кінці роботи повинен бути список використаної літератури, підпис студента та дата виконання роботи.

Навчальну та спеціальну літературу з теми контрольної роботи студент підбирає самостійно, використовуючи для цього рекомендовану літературу, яка наведена в методичних вказівках, алфавітний, предметний та систематизований бібліотечні каталоги. Консультацію з питань підбору літератури студент може отримати у викладача кафедри.

Під час підбору літератури особливу увагу варто приділяти першоджерелам, що стосуються питань роботи, періодичним виданням, науковим статтям, передовому досвіду підприємств.

При складанні бібліографії треба враховувати не тільки рік видання, а також його зміст, актуальність у сучасних умовах.

При написанні роботи треба обов'язково вивчити і використовувати стосовно конкретних питань чинні Закони України, Укази Президента України, Постанови КМУ, нормативні й методичні матеріали міністерств і відомств, а також підприємств та організацій.

Перед виконанням роботи в останній редакції треба уважно переглянути власноручні записи, зроблені при вивченні літературних джерел, матеріалів підприємств. Ці записи необхідно систематизувати, ретельно проаналізувати, узагальнити перед тим, як використати у тексті роботи.

Зібраний статистичний матеріал треба згрупувати, класифікувати, звести у таблиці, зробити порівняльний аналіз. Ці матеріали можна подати у вигляді діаграм, графіків, схем тощо.

Зібраний, вивчений і опрацьований матеріал з питань контрольної роботи викладається відповідно до змісту роботи у логічній послідовності. При написанні роботи необхідно розкрити теоретичну значимість питань, що розглядаються, зробити аналіз фактичного матеріалу і відповідні висновки. У роботі не може бути повторень, надмірного цитування. Цитати повинні бути короткими і органічно пов'язуватися з текстом. На використані у роботі цифрові дані, цитати, таблиці мають бути посилання із зазначенням джерел. Обсяг висвітлювальних теоретичних питань має бути приблизно однаковий.

Контрольна робота має бути літературно та технічно грамотно виконана і відповідати вимогам оформлення. Оформлення роботи здійснюється у відповідності з вимогами державного стандарту.

Текст роботи можна писати чітко від руки пастою чорного або синього кольору, а також друкувати на машинці, або шляхом комп'ютерного набору з одного боку аркуша стандартного розміру, папір формату А4. Усі сторінки роботи нумеруються.

Контрольна робота виконується відповідно до вимог цих методичних рекомендацій, інакше вона не буде зарахована, незалежно від її змісту. Завершена робота подається студентом викладачеві у термін, зазначений навчальним графіком.

2. ПЕРЕЛІК ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ ДЛЯ ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Поняття ринку як економічна категорія. Типи ринків
2. Споживчий ринок. Ознаки та класифікація споживчого ринку.
3. Функції ринку товарів і послуг. Основні чинники споживчого ринку. Показники ринкової інфраструктури.
4. Показники економічного та соціального ефекту ринкової діяльності. Роль показників соціально-економічного ефекту і ефективності ринкової діяльності.
5. Товарні ресурси, формування товарних ресурсів
6. Механізм формування товарної пропозиції на споживацькому ринку і чинники його формування.
7. Внутрішня торгівля. Об'єкт і поле діяльності внутрішньої торгівлі.
8. Особливості торгівлі як галузі народного господарства. Функції торгівлі.
9. Роль торгівлі в сучасній економічній системі України. Зв'язок торгівлі з грошовим обігом, бюджетом і кредитною системою.
10. Типи торгових підприємств, що склалися в країні.
11. Оптова торгівля. Види оптових структур, діючих на споживчому ринку.
12. Роздрібна торгівля. Види роздрібних структур.
13. Особливості власності споживчої кооперації. Принципи, що були встановлені в основу реформування власності споживацької кооперації.
14. Системи роздрібною торгівлі через Інтернет.
15. Характеристики складу основних фондів підприємств роздрібною торгівлі.
16. Характеристики складу основних фондів оптової торгівлі.
17. Структура основних фондів підприємств торгівлі. Особливості структури основних фондів підприємств торгівлі.
18. Загальні показники ефективності використання основних фондів торгового підприємства.
19. Часткові показники ефективності використання основних фондів торгового підприємства.
20. Економічний зміст показника «рентабельність основних фондів торгового підприємства». Мета оцінки ефективності використання основних фондів торгового підприємства.
21. Мета оцінки ефективності використання оборотних активів торгових підприємств.
22. Види оборотних активів торгових підприємств виділяються по натурально-речовинному складу?
23. Джерела формування оборотних активів торгових підприємств.
24. Групи показників оцінки ефективності оборотних активів торгового підприємства. Чинники впливу на оборотність оборотних активів торгового підприємства.

25. Суть роздрібного товарообігу як економічної категорії та як економічного показника.
26. Чинники впливу на розвиток роздрібного товарообігу. Закономірності розвитку роздрібного товарообігу.
27. Види товарних запасів торгового підприємства.
28. Економічний зміст показника «товарообіговість». Методи розрахунку впливу чинників на товарообіговість.
29. Основна суть процесу товарного забезпечення товарообігу.
30. Товарний баланс роздрібного товарообігу.
31. Поняття та особливості оптового товарообігу.
32. Склад валового оптового товарообігу. Характеристика складського і транзитного оптового товарообігу.
33. Зміст аналізу товарних запасів оптового підприємства. Розрахунок показника «запас в днях» оптового і роздрібного підприємств.
34. Економічна суть поточних витрат торгового підприємства. Складові елементи валових витрат обігу.
35. Класифікація витрат обігу торгового підприємства.
36. Показники оцінки ефективності витрат обігу торгового підприємства.
37. Раціоналізація витрат обігу торгового підприємства. Основні чинники впливу на суму і рівень витрат обігу торгового підприємства.
38. Економічне значення процесу оптимізації рівня витрат.
39. Задачі розвитку торгового підприємства. Види доходів торгового підприємства
40. Чинники впливу на розмір доходу торгового підприємства від реалізації.

3. ПЕРЕЛІК ТЕСТОВИХ ПИТАНЬ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що відноситься до характеристик споживчого ринку?
 - А. Це сфера прояву певних економічних відносин, де відбувається розподіл і перерозподіл споживаної частини суспільного продукту.
 - Б. Це ринок товарів народного споживання виконує роль сполучної ланки між виробництвом і розподілом, з одного боку, і особистим споживанням – з іншою.
 - В. Це сфера прояву відносин між виробниками і споживачами товарів, а також між вартістю і споживацькою вартістю товарів.
 - Г. Все вище перелічене.
2. Залежно від типу покупця, ринок може називатися:
 - А. Республіканський.
 - Б. Торгово-посередницький.
 - В. Організований (формальний).
 - Г. Ринок чинників виробництва.
3. Ринок, залежно від організаційної форми, може бути:

- А. Фінансовий ринок.
- Б. Біржовий ринок товарів.
- В. Неорганізований (неформальний) ринок.
- Г. Оптовий ринок.

4. Залежно від ступеня розповсюдження економічний зв'язків продавців і покупців, ринок буває:

- А. Місцевий.
- Б. Фінансовий.
- В. Ринок товарів і послуг.
- Г. Неорганізований (неформальний ринок).

5. Ринок, де покупцями є виробники і масові споживачі (державні установи), називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.

6. Ринок, де покупцями є торгові підприємства, що придбають товар для подальшого продажу (дистриб'ютори різного типу), називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.
- Г. біржовий ринок товарів.

7. Ринок, де покупцями виступають кінцеві споживачі, що придбавають товар для особистого споживання і для домашнього господарства, називається:

- А. Оптовий ринок.
- Б. Торгово-посередницький ринок.
- В. Роздрібний споживацький ринок.
- Г. Біржовий ринок товарів.

8. Яка з функцій ринку товару і послуг (споживчого ринку) дозволяє організувати обмінний процес таким чином, що жоден з його учасників не повинен відчувати себе в якійсь мірі незатребуваним: будь то відносно витрачання основних чинників виробництва або в плані забезпечення себе необхідними умовами відтворення?

- А. Вплив споживчого ринку на економічні інтереси його учасників.
- Б. Встановлення пропорцій у виробничих відносинах.
- В. Компромiс економічних інтересів учасників обмінних процесів і стимулювання їх подальшої діяльності.
- Г. Створення умов для чесної конкурентної боротьби.

9. Яка з функцій ринку товару і послуг (споживчого ринку) дозволяє досягти єдиного міру задоволення обопільного інтересу: для продавця – в частині

отримання відшкодування витрачених витрат і отримання прибутку, для покупця – в частині придбання необхідного товару.

- А. Вплив споживчого ринку на економічні інтереси його учасників.
- Б. Встановлення пропорцій у виробничих відносинах.
- В. Компроміс економічних інтересів учасників обмінних процесів і стимулювання їх подальшої діяльності.
- Г. Творення умов для чесної конкурентної боротьби.

10. Яка з функцій ринку товару і послуг (споживчого ринку) досягається завдяки збігу цінових еквівалентів і суспільної оцінки витрат і результатів діяльності?

- А. Вплив споживчого ринку на економічні інтереси його учасників.
- Б. Встановлення пропорцій у виробничих відносинах.
- В. Компроміс економічних інтересів учасників обмінних процесів і стимулювання їх подальшої діяльності.
- Г. Творення умов для чесної конкурентної боротьби.

11. Що з перерахованого можна віднести до основних чинників розвитку споживчого ринку?

- А. Капітал сектори послуг (торговий капітал).
- Б. Промисловий капітал.
- В. Чисельність населення.
- Г. Все вище перелічене.

12. Який з трьох основних чинників розвитку споживчого ринку залежить від обсягів інвестицій товарів, що вкладаються у виробництво, і послуг, продуктивності одиниці промислового капіталу і середнього терміну його служби?

- А. Капітал та сектори послуг (торговий капітал).
- Б. Промисловий капітал.
- В. Чисельність населення.
- Г. Немає правильної відповіді.

13. Що з перерахованого не відноситься до показників купівельної спроможності населення?

- А. Кон'юнктура ринку.
- Б. Кількість підприємств.
- В. Рівень грошових доходів населення.
- Г. Ємність ринку.

14. Що з перерахованого відноситься до показників ринкової ситуації?

- А. Соціальна ефективність.
- Б. Територіальні відмінності цін.
- В. Рівень грошових доходів населення.
- Г. Стабільність ринку.

15. Яка група показників оцінки стану і розвитку внутрішніх споживчих ринків дозволяє охарактеризувати стан і перспективність ринку?
- А. Показники ринкової інфраструктури.
 - Б. Показники ринкової ситуації.
 - В. Показники цін.
 - Г. Показники купівельної спроможності населення.
16. Яке із запропонованих формулювань відповідає суті поняття «ефект»?
- А. Показник, що характеризує співвідношення результату (ефекту) і витрат, що забезпечили його отримання.
 - Б. Основним показником економічного ефекту можна назвати рентабельність (прибуток у відсотках до товарообігу, до витрат обігу або до інших видів витрат).
 - У. Результат, слідство яких-небудь причин, дій.
 - Г. Нема правильної відповіді.
17. Яке із запропонованих формулювань відповідає суті поняття «ефективність»?
- А. Показник, що характеризує співвідношення результату (ефекту) і витрат, що забезпечили його отримання.
 - Б. Основним показником економічної ефективності діяльності суб'єктів ринку можна назвати прибуток.
 - У. Результат, слідство яких-небудь причин, дій.
 - Г. Нема правильної відповіді.
18. Купівельні фонди населення – це:
- А. Всі види доходів населення в грошовій і натуральній формі.
 - Б. Грошові засоби, призначені для покупки товарів народного споживання підприємствами, установами і організаціями.
 - В. Частина грошових доходів населення, яка прямує (призначена або може бути використана) на придбання товарів народного споживання (послуг).
 - Г. Нема правильної відповіді.
19. Товарна продукція підприємства – це:
- А. Продукція, що поступає в народногосподарський оборот, тобто відпущена або призначена до відпустки на сторону: для постачання інших підприємств, споживання населення, експорту і інших цілей.
 - Б. Це весь продукт, вироблений підприємством, у вартісному виразі.
 - У. Продукція, яка виготовлена на конкретному підприємстві, сплачена покупцем, факт відвантаження якої оформлений документально, і відвантажена, тобто передана в народногосподарський оборот або кінцеве споживання.
 - Г. Нема правильної відповіді.

20. Що є об'єктом торгівлі?
А. Купівля і продаж товарів.
Б. Рух товару.
В. Надання послуг в період післяпродажної експлуатації.
Г. Все вище перелічене.
21. Які підгалузі включає внутрішня торгівля?
А. Оптова торгівля.
Б. Роздрібна торгівля.
В. Ресторанне господарство.
Г. Все вищеперелічене.
22. Яка з функцій оптової торгівлі на макrorівні дозволяє забезпечити взаємозв'язок між партнерами-виробниками, продавцями і покупцями, регіонами по знаходженню оптимальних каналів збуту продукції?
А. Оцінна.
Б. Інтегруюча.
В. Організуюча і регулююча.
Г. Немає правильної відповіді.
23. В результаті оптового продажу товари...
А. Переходять в сферу особистого споживання.
Б. Поступають у виробниче споживання.
В. Придбаються підприємствами роздрібною торгівлі і ресторанного господарства для реалізації населенню.
Г. Відповідь Б і В.
24. У якій логічній послідовності розташовуються перераховані рівні електронної комерційної діяльності?
А. Електронні магазини – Електронна торгівля – Електронна комерція – Електронний бізнес – Інформаційна економіка.
Б. Електронний бізнес - Електронні магазини – Електронна торгівля - Електронна комерція - Інформаційна економіка.
В. Електронна торгівля — Електронна комерція – Електронний бізнес – Інформаційна економіка - Електронні магазини.
Г. Інформаційна економіка - Електронні магазини – Електронна торгівля – Електронна комерція – Електронний бізнес.
25. До якої організаційної форми відноситься торгівля, яку здійснюють крупні фірмові магазини, засновані на злитті українського і іноземного капіталу, невеликі торгові підприємства вітчизняних підприємців, функціонуючі частіше в організаційно правовій формі товариств з обмеженою відповідальністю?
А. Колективна (кооперативна).

- Б. Державна.
- В. Приватна.
- Г. Нема правильної відповіді.

26. Які основні бізнес-процеси включає система електронної комерції у вигляді інтернет-магазину?

- А. Оформлення замовлення.
- Б. Доставка товарів.
- В. Проведення взаєморозрахунків.
- Г. Все вище перелічене.

27. У якій формі може здійснюватися товарообмін?

- А. Матеріально-технічне постачання.
- Б. Закупка сільськогосподарської продукції і сировини.
- В. Торгівля товарами народного споживання.
- Г. Все вище перелічене.

28. У якій формі може здійснюватися товарообмін?

- А. Матеріально-технічне постачання.
- Б. Закупка сільськогосподарської продукції і сировини.
- В. Торгівля товарами народного споживання.
- Г. Все вищеперелічене.

29. Чим є внутрішня торгівля?

- А. Складова частина споживчого ринку.
- Б. Головна ланка в системі споживчого ринку.
- В. Отрасль національної економіки.
- Г. Все вищеперелічене.

30. В результаті роздрібною торгівлі товари...

- А. Переходять в сферу особистого або колективного споживання.
- Б. Поступають у виробниче споживання.
- В. Придбаються підприємствами роздрібною торгівлі для реалізації населенню.
- Г. Придбаються підприємствами ресторанного господарства для реалізації населенню.

31. Торгівля як сфера обігу товарів і послуг ...

- А. Створює умови для реалізації законів вартості, попиту і пропозиції, сприяє задоволенню платоспроможного попиту, розширенню місткості ринку, його інфраструктурного забезпечення.
- Б. Забезпечує реалізацію споживацької вартості сукупного продукту, функціонування внутрішнього ринку товарів і послуг, розвиток міжрегіональних і міжгалузевих економічних зв'язків.

- В. Відповідно до класифікатора видів економічної діяльності, охоплює широкий спектр видів і різновидів торгової діяльності, об'єднаних в 105 класів і підкласів.
- Г. Концентрує значний ресурсний потенціал: необоротних активів (10% загальних необоротних активів України), оборотних активів (35%), потенціалу трудових ресурсів (офіційно 11,5%, а розрахунковий – до 18%).

32. Які недоліки характерні для торгової галузі України в даний час?

- А. З розвитком ринкових відносин внутрішня торгівля не зуміла зберегти на належному рівні оптову ланку.
- Б. Руйнування оптової ланки привело до скорочення або повного згортання виробництва, що випускає сезонну продукцію.
- В. Рівень професіоналізму працівників торгівлі не відповідає вимогам, що пред'являються.
- Г. Все вищеперелічене

33. До якої організаційної форми відноситься торгівля, яку невеликі торгові підприємства вітчизняних підприємців, а також підприємці, які організовують торгівлю продовольчими і непродовольчими товарами на місцевих ринках?

- А. Колективна (кооперативна).
- Б. Державна.
- В. Приватна.
- Г. Немає правильної відповіді.

34. Які основні бізнес-процеси включає система електронної комерції у вигляді інтернет-магазину?

- А. Оформлення замовлення.
- Б. Доставка товарів.
- В. Проведення взаєморозрахунків.
- Г. Все вище перелічене.

35. Що входить до матеріально-технічної бази торгового підприємства?

- А. Власні основні фонди.
- Б. Малоцінні і бистрозношувані предмети.
- В. Виробничі основні фонди, які орендуються.
- Г. Все вище перелічене.

36. Показник фондівіддачі характеризує:

- А. Яка сума чистого прибутку одержана в результаті експлуатації на одну гривню основних фондів.
- Б. Яка сума основних фондів доводиться на одного працівника підприємства.
- В. Яка сума товарообігу одержана в результаті експлуатації на одну гривню основних фондів.

Г. Яка сума активних основних фондів доводиться на одного торгово-оперативного працівника підприємства в роздрібній і оптовій торгівлі, і на одного працівника виробництва в закладах (підприємствах) ресторанного господарства.

37. Показник рентабельності основних фондів характеризує:

А. Яка сума чистого прибутку одержана в результаті експлуатації на одну гривну основних фондів.

Б. Яка сума основних фондів доводиться на одного працівника підприємства.

В. Яка сума товарообігу одержана в результаті експлуатації на одну гривну основних фондів.

Г. Яка сума активних основних фондів доводиться на одного торгово-оперативного працівника підприємства в роздрібній і оптовій торгівлі, і на одного працівника виробництва в закладах (підприємствах) ресторанного господарства.

38. Показник фондоозброєності характеризує:

А. Яка сума чистого прибутку одержана в результаті експлуатації на одну гривну основних фондів.

Б. Яка сума основних фондів доводиться на одного середнеоблікового працівника підприємства.

В. Яка сума товарообігу одержана в результаті експлуатації на одну гривну основних фондів.

Г. Яка сума активних основних фондів доводиться на одного торгово-оперативного працівника підприємства в роздрібній і оптовій торгівлі, і на одного працівника виробництва в закладах (підприємствах) ресторанного господарства.

39. Що з перерахованого можна віднести до загальних показників використання основних фондів торгового підприємства?

А. Товарооборот на 1 м² торговій площі за період.

Б. Фондомісткість.

В. Коефіцієнт використання пропускної спроможності.

Г. Чистий прибуток чиста на 1 м² торговій площі за період.

40. Що з перерахованого можна віднести до приватних показників використання основних фондів торгового підприємства?

А. Коефіцієнт використання місткості складів і сховищ.

Б. Рентабельність основних фондів.

В. Фондовіддача.

Г. Фондоозброєність.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

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: ЦНЛ, 2005. - 615 с.
2. Берман Б. А., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический подход / Б. А. Берман, Дж. Эванс / пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.
3. Бланк И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
4. Власова Н. О. Економіка торгівлі : навч. посібник / Н. О. Власова, 212 О. А. Круглова, В. А. Гросул, М. В. Чорна та ін.; за ред. Н. О. Власової. – Х. : Світ книг, 2014. – 473 с.
5. Гринів Б.В. Економічний аналіз торговельної діяльності : Навч. посіб. 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 392 с.
6. Королевич, Н. Г. Экономика торговли : практикум / Н. Г. Королевич. – Минск : БГАТУ, 2010. – 72 с.
7. Козерод Л.А. Экономика торгового предприятия : учеб. пособие / Л. А. Козерод. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2012. – 175 с. : ил.
8. Экономика торгового предприятия: навч. посіб. для студ. доньев. но заоч. форм учебы направления подготовки. «Экономика п-ва» /Л.В. Фролова, М.И. Головинов, О.В. Воскобоева, Л.В. Шаруга /М-во образования и науки Украины, Донец. нац ун-т экономики и торговли им. М. Туган-барановского, кафедра экономики п-ва, – Донецк: [ДОННУЕТ], 2010. – 274 с.

2 Додаткова

9. Лебедева С. И. Экономика торгового предприятия: учеб. пособ. / С. И. Лебедева, Н. А. Казиначикова, А. В. Гавриков. – 5-е изд., испр. – Минск: Новое знание, 2007. – 240 с. 4
10. Лігоненко Л. О. Трансформаційні процеси в торгівлі Україні в умовах інтернаціоналізації : монографія / Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, Г. Л. Піратовський та ін.; за ред. Л. О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2009. – 334 с.
11. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.] ; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344 с.
12. Соломатин А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебник / Под общ. ред. А. Н. Соломатиной. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА - М, 2009. – 292 с.
13. Торговельне підприємництво : монографія / за наук. ред. С. В. Князя. – Л. : «Львівська Політехніка», 2015. – 724 с.
14. Юрко І. В. Торговельне підприємництво: навч. посібник / І. В. Юрко. – К. : Центр учб. л-ри, 2014. – 232 с.
15. Управління грошовими потоками торговельних підприємств з використанням збалансованої системи показників [Електронний ресурс] :

монографія / А. П. Грінько [та ін.] ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків : [б. в.], 2015. - 338 с.

3. Інформаційні ресурси

1. Господарський кодекс України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
2. Податковий кодекс України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
3. Сайт Державної регуляторної служби України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.dkrp.gov.ua/info/5517](http://www.dkrp.gov.ua/info/5517)
4. Сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua).
5. Сайт Державної служби статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
6. Сайт Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.consumer.gov.ua/default.aspx>
7. Сайт Державної фіскальної служби України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.sfs.gov.ua](http://www.sfs.gov.ua)
9. Офіційний сайт Світової організації торгівлі: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.wto.org/](http://www.wto.org/).

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання контрольної роботи
з дисципліни «Основи торгової діяльності»
для студентів заочної форм навчання
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Укладач: доц. Кирчата Ірина Миколаївна

Відповідальний за випуск Дмитрієв І.А.

В авторській редакції

Комп'ютерна верстка

Підписано до друку ____ р.
Формат 60×84 1/16. Папір газетний.
Гарнітура Times New Roman Суг. Віддруковано на ризографі.
Ум. друк. арк. _____. Обл.-вид. арк. _____.
Зам. № _____. Наклад _____ прим. Ціна договірна.

**ВИДАВНИЦТВО Харківського національного автомобільно-дорожнього
університету Видавництво ХНАДУ, 61002, Харків-МСП, вул. Ярослава Мудрого, 25**

Тел./факс: (057) 700-38-64; 707-37-03, e-mail: rio@khadi.kharkov.ua

*Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення та
радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК № 897 від 17.04.2002 р.*