

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з дисципліни
«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»
(для бакалаврів)

МАУП

Підготовлено доцентами кафедри маркетингу Карбовською Л.О. та Кутліною І.Ю.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу
(Протокол № 11 від 21.04.2016 р.)

Схвалено Вченою радою Інституту міжнародної економіки та фінансів ім.Святої Великої княгині Ольги МАУП (протокол №8 від 28.04.2016 р.)

Карбовська Л.О., Кутліна І.Ю. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Інфраструктура товарного ринку” (для бакалаврів). – К.: МАУП, 2016.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, тематичний план дисципліни, методичні рекомендації до вивчення тем, перелік питань для підготовки до іспиту, тести для перевірки знань студентів, теми науково-дослідної роботи (орієнтовану тематику рефератів), індивідуальну роботу студентів, види та способи проведення поточного та підсумкового контролю, список літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП),

2016

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Мета навчальної дисципліни: формування базових знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки з метою інтенсифікації і підвищення ефективності цієї сфери, практики управління її діяльністю з просування, зберігання та продажу товарів та послуг, забезпечення потреб споживачів.

Завдання дисципліни:

- оволодіння знаннями з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку та її ролі в ринковій економіці;
- отримання навичок та умінь самостійного визначення і застосування методів раціональної організації та планування діяльності елементів інфраструктурного комплексу;
- пошук кращих умов діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку;

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: складові елементи інфраструктури товарного ринку, їх призначення та еволюційні трансформації, специфіку організації посередницької діяльності у каналах розподілу, сучасні комерційно-господарські відносини у сфері товарного обігу, види сервісного обслуговування споживачів;

уміти: аналізувати показники діяльності інфраструктурних елементів товарного ринку та обґрунтовувати ефективність їх функціонування;

застосовувати на практиці набуті знання для ефективного пошуку ділових партнерів та формуванню комерційно-господарських зв'язків між суб'єктами товарного ринку.

Предмет дисципліни: економічна діяльність суб'єктів інфраструктурного комплексу товарного ринку.

Місце та значення дисципліни в навчальному процесі: Сучасні умови ринкових відносин вимагають змін у структурі економіки країни,

співвідношення між сферами матеріального і нематеріального виробництва, різними видами економічної діяльності, принципово нових підходів до розвитку галузей інфраструктури.

Дисципліна «Інфраструктура ринку» формує систему знань з теорії розвитку інфраструктури ринку, управління діяльністю підприємства, просування, зберігання та продажу послуг, забезпечення потреб споживачів.

Успішне здійснення економічних реформ в нашій країні, інтеграція української економіки до світового господарства обумовлюють необхідність глибоких змін у підході до економічної освіти. Студентам економічних спеціальностей необхідні знання щодо функціонування ринкового механізму, принципів та методів вивчення ринку і економічної кон'юнктури, основ стратегічного планування, комплекс заходів ефективного впливу на конкурентів, а також прогнозування ринкової (маркетингової) ситуації в залежності від факторів, що змінюються.

Саме співвідношення ринкового попиту і можливостей підприємства повинно бути покладено в основу розробки магістральних напрямків, цілей та стратегій в маркетинговій діяльності підприємства.

Вивчення курсу «Інфраструктура товарного ринку» повинно сприяти формуванню у студентів необхідного рівня знань, що забезпечують їх активну участь у реалізації завдань пов'язаних з впровадженням маркетингової концепції управління в практичну діяльність підприємств.

«Інфраструктура ринку» викладається після вивчення курсів «Політична економія», «Фінанси», «Маркетинг», «Економіка підприємства» та передую вивченню курсів «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова товарна політика», «Логістика».

Міждисциплінарні зв'язки: Курс «Інфраструктура товарного ринку» тісно пов'язаний з такими дисциплінами, як: «Політична економія», «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Правові основи підприємницької діяльності», «Маркетингова політика комунікацій», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова товарна політика», «Логістика» тощо.

Форми контролю знань: До контрольних заходів вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» належать: вхідний, поточний і підсумковий контроль (семестровий).

Вхідний контроль ставить за мету виявити базовий рівень підготовки студентів до початку вивчення дисципліни.

Поточний контроль здійснюється з метою перевірки рівня знань студентів на певних етапах засвоєння навчального матеріалу у вигляді захисту індивідуальних завдань.

Підсумковий (семестровий) контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання студентів у формі екзамену, що складається студентами в період, визначений навчальним планом та в терміни, передбачені розкладом.

Студент вважається допущеним до семестрового контролю з навчальної дисципліни, якщо він виконав усі види робіт, передбачені робочим тематичним планом на семестр. Екзамен складається студентом письмово з усним захистом.

МАУП

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»

№ теми	Назва змістового модуля і теми
Змістовий модуль 1. Методологічні основи змістового модуля і функціонування інфраструктури товарного ринку	
1.	Предмет, мета, методи і завдання дисципліни
2.	Сутнісна характеристика товарного ринку
3.	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку
Змістовий модуль 2. Місце торгівлі в ринковій економіці. Оптова і роздрібна торгівля	
4.	Макроорганізація оптової торгівлі
5.	Підприємства оптової торгівлі
6.	Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність
7.	Роздрібна торгівля
Змістовий модуль 3. Торговельно-посередницька та посередницька діяльність на товарному ринку	
8.	Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку
9.	Комерційне посередництво на товарному ринку
10.	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність
Змістовий модуль 4. Товарні біржі, лізинг, персональний продаж	
11.	Товарні біржі
12.	Лізинг
13.	Персональний продаж
	Разом годин: 180

МАУП

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
З ДИСЦИПЛІНИ
«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

Плани семінарських занять

Заняття 1. Сутнісна характеристика товарного ринку

Дискусійні напрями

1. Товарний ринок в інтегрованій структурі ринку, місце та значення.
2. Об'єкти, суб'єкти та ринкові процеси середовища товарного ринку.
3. Зовнішнє та внутрішнє регулювання товарного ринку.
4. Основні види ринкових процесів на товарному ринку та їх взаємозв'язок з економічним розвитком країни.
5. Характеристика маркетингової діяльності на товарному ринку.

Питання та завдання за заняттям

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Особливості ринку товарів та послуг (товарного ринку).
2. Складові механізми ринкового саморегулювання та їх взаємодія.
3. Види та форми зовнішнього впливу на товарний ринок.
4. Основні види ринкових процесів сучасного товарного ринку.
5. Що становить матеріальне підґрунтя ринкових відносин?
6. Схарактеризуйте головні параметри товарного ринку.
7. У чому полягає сутність атрибутів ринку?
8. Сутність маркетингової діяльності на товарному ринку.
9. Висвітліть сутність економічної категорії «товарний ринок».
10. Якими є головні відмінності товарного ринку від інших ринків?
11. Назвіть найвагоміші форми та методи регулювання товарного ринку. Схарактеризуйте умови й обмеження їх застосування.
12. Що розуміють під ринковим процесом та які його види ви знаєте?
13. В чому вбачають взаємозв'язок товарного ринку та середовища маркетингу.

II. Виконання індивідуальних навчальних робіт за завдання викладача.

Література [1.1, с.8-27; 1.7, с. 145-174;
1.8, с.11-35; 1.3, с.7-34,2.2; 2.9]

Заняття 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Дискусійні напрями

1. Сутність інфраструктури товарного ринку та її значення в ринковому процесі.

2. Елементи інфраструктури товарного ринку.
3. Основні функції інфраструктури товарного ринку.
4. Особливості продукту діяльності суб'єктів інфраструктурного комплексу.
5. Характеристика основних типів маркетингових посередників.
6. Показники оцінки стану та розвитку інфраструктури товарного ринку.

Питання та завдання

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Якими є найважливіші показники оцінювання стану ІТР?
2. Наведіть сучасні визначення інфраструктури товарного ринку та її диференціація.
3. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР).
4. Назвіть головні складові елементи ІТР.
5. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР.
6. У чому виявляються властивості послуг ІТР?
7. Схарактеризуйте функції ІТР стосовно складових товарного обігу.
8. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку.
9. Схарактеризуйте сутність та роль маркетингових посередників в інфраструктурному комплексі товарного ринку.
10. Назвіть та охарактеризуйте показники оцінки стану та розвитку складових ІТР.
11. Розкрийте роль сучасного маркетингу в розвитку суб'єктів інфраструктури.
12. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шлях їх вирішення.

II. Виконання навчальних завдань по визначенню показників стану та розвитку ІТР.

III. Есе - дослідження сутності ІТР. (письмова робота з індивідуальною позицією автора у вільному вигляді).

Література [1.1, с. 28-33; 1.2, с. 36-72; 1.7, с.180-188; 1.8, с.36-60,2.2; 2.18, 2.3]

Заняття 3. Макроорганізація оптової торгівлі

Дискусійні напрями

1. Оптова торгівля в ринкових процесах.
2. Функції оптової торгівлі, їх спрямування та прояв.
3. Оптова торгівля продукцією виробничо-технічного призначення.
4. Види оптової торгівлі та їх характеристика.
5. Макроекономічні показники оптової торгівлі.

Питання та завдання

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Дайте характеристику ролі та місцю оптової торгівлі в ринковій економіці.
2. Охарактеризуйте господарсько-торговельну діяльність, як основу економічної діяльності суб'єктів ІТР.

3. Поясніть, чим зумовлена необхідність трансформації традиційного розуміння товарного обігу під час переходу до ринкових відносин?
4. Оптова торгівля - основа складова господарсько-торговельної діяльності.
5. Охарактеризуйте склад суб'єктів оптової торгівлі.
6. Основні завдання оптової торгівлі в сфері торгового обігу.
7. Назвіть визначальні функції оптової торгівлі.
8. Характеристика функцій оптової торгівлі стосовно товаровиробників (постачальників).
9. Взаємодія оптової торгівлі з роздрібними торговцями і організованими покупцями.
10. У чому виявляються особливості оптової торгівлі то варами виробничо-технічного призначення?
11. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі.
12. Дайте характеристику головним чинникам впливу на вибір форми оптової торгівлі.
13. Диференціація видів оптової торгівлі.
14. У чому виявляються особливості застосування оптової торгівлі у формі прямого збуту?
15. Поясніть сутність загального товарообороту як інтегрального макроекономічного показника оптової торгівлі.
16. Характеристика відносних показників оптової торгівлі.
17. Сутність та значення товарних запасів в оптовій торгівлі.
18. Показники оцінки стану та структури товарних запасів в оптовій торгівлі.

II. Виконання економічно-розрахункових завдань з розрахунку та тлумачення макроекономічних показників оптової торгівлі, за індивідуальним завданням викладача.

III. Есе - дослідження різновидів оптової торгівлі (письмова робота з індивідуальною позицією автора у вільному вигляді).

Література [1.2, с.73-89; 1.3, с.168; 1.8, с.61-82; 1.4, гл. 9,1.3; 2.5; 2.8]

Заняття 4. Підприємства оптової торгівлі

Дискусійні напрями

1. Сутність, функції та види оптової торгівлі.
2. Економічна діяльність підприємств оптової торгівлі.
3. Організація та планування оптової закупівлі та продажу товарів.
4. Продаж товарів підприємствами оптової торгівлі.
5. Показники обсягів та ефективності діяльності підприємств оптової торгівлі.
6. Розв'язання практичних завдань.

Питання та завдання

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Головні ознаки підприємства оптової торгівлі.

2. Класифікація підприємств оптової торгівлі.
3. Які види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі є найпоширенішими?
4. Назвіть головні функції підприємств оптової торгівлі.
5. Окресліть склад робіт оптового торговельного підприємства за видами діяльності.
6. Складіть алгоритм оптимізації процесу оптової закупівлі товарів.
7. Методи визначення потреби та попиту наявних та потенційних покупців.
8. Методи визначення величини товарного запасу.
9. Система управління товарними запасами.
10. Технологічний процес складського оброблювання товарів.
11. Методи визначення загального обсягу закупівлі товарів та партії замовлення.
12. Критерії вибору партнерів товаровиробників (постачальників).
13. Організація приймання товарів за кількістю і якістю.
14. Схарактеризуйте роль та місце сучасного маркетингу в процесі оптового продажу товарів.
15. Організація оптового продажу товарів.
16. Методи оптового продажу товарів.
17. Характеристика фінансових показників діяльності підприємств оптової торгівлі.
18. Сутність первісної ціни товару (собівартість) та порядок її визначення.
19. Схарактеризуйте схему формування первинної вартості товарів. Якими показниками при цьому слід оперувати?
20. Витрати підприємства оптової торгівлі: склад та класифікація.
21. Стратегічна модель прибутку оптового підприємства.
22. За якими ознаками обирають постачальника товарів?
23. Схарактеризуйте значення та послідовність операцій приймання товарів.
24. Висвітліть зміст роботи з оптового продажу товарів.
25. Дайте характеристику показників оцінювання ефективності діяльності підприємства оптової торгівлі.
26. Схарактеризуйте склад витрат підприємства оптової торгівлі.
27. Визначить різницю між собівартістю товарів та операційними витратами і витратами обігу.
28. Яке призначення показника «Норма прибутку на власний капітал»?

II. Розв'язання і письмове оформлення задач.

III. Підготовка до практичних занять.

Література [1.1, с.408-418; 1.2, с.99-124; 1.3, с.165-174; 1.8, с.83-133,2.3; 2.7; 2.19]

Заняття 5. Роздрібна торгівля

Дискусійні напрями

1. Сутність та особливості роздрібною торгівлі.
2. Роздрібна торгівля як основний посередник між виробником та

- споживачем.
3. Основні послуги та функції підприємств роздрібно́ї торгівлі.
 4. Маркетингові рішення в системі підприємств роздрібно́ї торгівлі.
 5. Нормативно-правові основи діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі.
 6. Розв'язання практичних завдань.

Питання та завдання

Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Роздрібна торгівля як провідний вид ринкових процесів та форма господарсько-торгівельної діяльності.
2. У чому полягає сутність роздрібно́ї торгівлі та її відмінність від оптової?
3. Якими ознаками характеризується роздрібна торгівля?
4. Форми роздрібно́ї торгівлі.
5. За якими ознаками і як класифікують форми роздрібно́ї торгівлі?
6. Дайте характеристику основних функцій роздрібно́ї торгівлі.
7. Які послуги надають підприємства роздрібно́ї торгівлі?
8. Дайте характеристику роздрібно́ї торгівельної мережі.
9. За якими ознаками класифікують магазини роздрібно́ї торгівлі?
10. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібно́ї торгівлі.
11. Основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібно́ї торгівлі.
12. Дайте характеристику маркетингового комплексу підприємства роздрібно́ї торгівлі.
13. Маркетингові рішення в роздрібно́ї торгівлі.
14. Стратегічні моделі управління ресурсами та прибутковістю підприємств роздрібно́ї торгівлі.
15. Схарактеризуйте альтернативні моделі стратегічного розвитку підприємства роздрібно́ї торгівлі.
16. Дайте характеристику показників стратегічної моделі прибутку.
17. Права споживачів та їх законодавчий захист.
18. Зобов'язання роздрібно́ї торгівлі щодо інформаційного забезпечення споживачів.
19. Дайте характеристику нормативних актів, що регламентують діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами.
20. Зобов'язання роздрібно́ї торгівлі щодо контролю якості товарів їх нормативно-правове забезпечення.

II. Підготовка до практичного заняття.

III. Підготовка реферативних матеріалів з сучасних проблем захисту прав споживачів.

Література [1.2, розд. 10; 1.3, гл. 3; 1.8, с. 187-219; 1.13, с.71-80,2.7; 2.18; 2.19; 2.21]

Заняття 6. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку

Дискусійні напрями

1. Сутність та види торговельно-посередницької діяльності.
2. Торговельна і посередницька діяльність як складові маркетингу.
3. Характеристика суб'єктів торговельно-посередницької діяльності що здійснюють торгівлю.
4. Основні типи торгівельних посередників та специфіка їх роботи.
5. Винагорода та мотивація торгівельних посередників.
6. Нормативно-правова база торговельно-посередницької діяльності.

Питання та завдання

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Поясніть різницю між торгівельно-посередницькою та посередницькою діяльністю
2. Зміст та види торгівельно-посередницької діяльності на товарному ринку.
3. Види торговельних посередників та відмінності їхньої діяльності від оптових торговельних підприємств.
4. Чим відрізняється торгівельний посередник від оптового покупця?
5. Торговельно-посередницькі структури та особливості їхньої діяльності.
6. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності.
7. Комісійна торгівля як форма внутрішньої торговельно-посередницької діяльності.
8. Види та особливості консигнаційної торгівлі.
9. Що є спільного і в чому різниця між комісійною та консигнаційною торгівлею?
10. Умови співробітництва простих посередників.

II. Підготовка до практичних занять.

III. Підготовка репрезентативних матеріалів з Інтернет-ресурсів.

Література [1.2, с.179-203; 1.3, с.30-31;
1.8, с.134-160,2.7; 2.8; 2.18; 2.24]

Заняття 7. Товарні біржі

Дискусійні напрями

1. Біржова торгівля - витоки та роль в ринковій економіці.
2. Характеристика сучасного розвитку товарних бірж в Україні.
3. Порядок створення та управління товарною біржею.
4. Функції товарних бірж.
5. Правила біржової торгівлі та особливості здійснення біржових операцій.
6. Біржові угоди та порядок їх здійснення.

Питання та завдання

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Визначення біржової торгівлі та товарної біржі.

2. Дайте характеристику ознак біржової торгівлі.
3. Схарактеризуйте функції товарних бірж як форми організованого товарного ринку.
4. У чому полягають організаційно-комерційні функції товарної біржі?
5. За якими ознаками класифікують біржі, зокрема товарні ?.
6. У чому відмінність біржової торгівлі від простої та подвійної форми біржового аукціону?
7. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж.
8. Організаційна структура товарної біржі.
9. Організаційна структура управління товарною біржею.
10. Хто може бути членом товарної біржі?
11. Права та обов'язки членів товарної біржі.
12. Організація і характеристика процесу біржової торгівлі.
13. Що ви знаєте про установчі документи товарної біржі?
10. Форми та методи проведення біржових торгів.
11. Яким вимогам має відповідати біржовий товар?
12. Як контролюється якість біржового товару?
13. Зміст біржової угоди та види біржових угод.
14. У чому різниця між біржовою операцією та біржовою угодою?
15. В чому полягають особливості ф'ючерсних біржових контрактів?
16. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерсних контрактів.
17. Схарактеризуйте зміст спотового біржового контракту.
18. Яка різниця між спотовим та форвардним біржовим контрактом?

II. Підготовка до практичного заняття.

III. Реферативне дослідження проблем розвитку біржової торгівлі в Україні.

Література [1.2, розд. 11; 1.3, с.178-180;
1.8, с.221-263,2.6; 2.11; 2.20; 2.24]

Заняття 8. Лізинг

Дискусійні напрями

1. Сутність та економічне значення лізингу.
2. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингової діяльності.
3. Види лізингу.
4. Правове забезпечення лізингових операцій.
5. Економіко-правові основи здійснення лізингових угод
6. Розв'язання практичних завдань.

Питання та завдання

I. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Визначення та економічне значення лізингу.
2. Визначте причини і умови виникнення оренди/лізингу.
1. Єдність та відмінність оренди-прокату-лізингу.
2. За якими ознаками, видами та формами вирізняють лізинг у світовій практиці?

3. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингової діяльності.
4. Переваги та види лізингу порівняно з банківським фінансуванням інвестицій.
5. За яких умов вигідно займатись лізинговою діяльністю з точки зору лізингодавця та лізингоодержувача?
6. У чому полягає привабливість лізингу для лізингоодержувача?
7. Класифікаційна характеристика видів та форм лізингу.
8. Фінансовий лізинг - визначення та особливості.
9. Дайте характеристику умов, за яких здійснюється лізингова операція.
10. Зміст та послідовність укладання лізингової угоди.
11. Організація виконання лізингової угоди.
12. Нормативно-правове забезпечення прав та обов'язків лізингодавця.
13. Схарактеризуйте права та ризики лізингодавця.
14. Дайте характеристику зобов'язань та ризиків лізингоодержувача.
15. Правове регулювання міжнародного лізингу.
10. Дайте характеристику перспектив розвитку лізингової діяльності в Україні.

II. Вирішення і письмове оформлення практичних завдань.

III, Реферативне дослідження сучасних проблем розвитку лізингу.

Література [1.2, розд.12; 1.3, с.180-185;
1.8, с.264-303; 1.11, с.3-17,2.12; 2.13; 2.17]

МАУП

5.1. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Задача №1.

Оптовому підприємству необхідно визначити попит в майбутній періодах на листовий прокат за наведених умов:

Період, t	Попит, тис. т.	Період, t	Попит тис. т.
1	10,2	6	13,1
2	12,7	7	13,9
3	11,8	8	14,4
4	12,9	9	14,7
5	13,0	10	15,0

Розвиток попиту в даному випадку має прямолінійний характер (прямолінійний тренд).

Необхідно визначити і проаналізувати стійкість динамічного ряду і зробити прогноз попиту на 12,13,14,15, + ... +, 25 період.

Задача №2.

Торгово-посередницьке підприємство займається продажем сортового прокату. Задля оптимізації складських запасів підприємству необхідно спрогнозувати попит на сортовий прокат. В даному випадку зміна попиту проходить відповідно до показової функції.

Визначить прогноз попиту сортового прокату на 2007 рік за наступних умов:

T	Попит, млн.т.	t	Попит, млн.т.
2000	12,6	2004	15,2
2001	13,9	2005	15,7
2002	14,1	2006	16,0
2003	14,8	...	

Результати рішення оформити в у вигляді наступної таблиці

y_i	t_i	$\ln y_i$	$t_i \ln y$	t_i^2

Задача №3.

Розрахувати прогнозований попит на товар А на наступний за звітним період, на підставі коефіцієнта еластичності попиту за таких умов:

- загальний обсяг виручки у прогнозованому періоді зросте на 11,5%
- коефіцієнт еластичності визначити за даними в таблиці.

Показники	Період		Відхилення
	Базовий	Звітний	На %
Валовий обсяг виручки (x)	500,0	650,0	
Обсяг реалізації Товару А (y)	110,0	130,0	

Задача №4.

Визначити обсяг листового металопрокату для задоволення замовлень споживачів на наступний рік та необхідні для цього грошові кошти за такими даними:

- ціна виробника за 1т. листового прокату без ПДВ складає 5400грн.;
- оплата інформаційних, посередницьких, та інших подібних послуг у зв'язку з пошуком та придбанням металу складає 700грн. на обсяг закупівлі;
- інші витрати (непрямі податки, вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування та інші, пов'язані з придбанням товару) складають 17,5% від ціни виробника;
- отримано замовлень від споживачів на 10000т. ще очікується надходження замовлень в обсязі 20% від замовленого.
- залишок металу на початок наступного року очікується в обсязі 440т. .
- норматив товарних запасів на кінець планового періоду встановлено 17 днів.

Задача №5.

Визначити можливий обсяг оптового товарообороту в первісних цінах та його структуру, якщо прогнозований обсяг закупівлі товарів для складської реалізації в цінах виробника (без ПДВ) в плановому році досягне 11850 тис. грн.. витрати пов'язані з придбанням товарів складають 23% від ціни виробника. Очікувані залишки товарів на початок планового року - 1135 тис. грн.. Норматив товарних запасів на кінець року встановлено 23 дні. товарна структура оптового товарообороту включає паливно-мастильні матеріали 24%, хімічні матеріали 12%, прокат чорних металів 24%, інша продукція виробничо-технічного призначення - решта.

Задача №6.

Розрахувати норму товарного запасу листового металопрокату на плановий рік в абсолютному (фізичному та грошовому) та відносному виразі на підставі даних попереднього періоду:

- обсяг складської реалізації склав 25,6 тис тон.;
- ціна реалізації 1т. становить 1220 грн.
- торгівельна націнка 47 %;
- фактичні залишки листового металопрокату в попередньому році склали на:

01.01 – 1080 тон.; 01.02 – 1000; 01.03 – 1070тон.; 01.04 – 1100 тон.; 01.05 – 1050 тон.; 01.06 – 1100 тон.; 01.07 – 980 тон.; 01.08 – 1220 тон.; 01.09 – 1080 тон.; 01.10 – 1010 тон.; 01.11 – 1015 тон.; 01.12 – 1060 тон.; 31.12 – 1200 тонн.

- в плановому році передбачається скоротити норму товарного запасу порівняно з фактичною величиною на 3 дні.

Задача №7.

Визначити первісну вартість (собівартість) одиниці товару А та загальну виручку від реалізації за таких умов: підприємство оптової торгівлі закупило 80 од. товару, за який заплатило товаровиробнику 12300грн. та 2460 грн. ПДВ. Послуги посередника склали 80 грн., транспортні витрати 820 грн., Витрати на відрядження торгового агента - 100 грн. Торговельна націнка 33% .

Задача №8.

Визначити первісну вартість (собівартість) одиниці товару А та ціну продажу за таких умов:

- підприємства оптової торгівлі закупило 40 од. товару, за які заплатило товаровиробнику 8200 грн. та 1640 грн. ПДВ;
- послуги посередника обійшлися у 80грн. ;
- транспортні витрати 420 грн.;
- витрати на відрядження торгового агента 100 грн.;
- націнка підприємства оптової торгівлі 35 % ;
- податок на додану вартість 20 %.

Задача №9.

Визначити можливий обсяг валового доходу (виручки) від реалізації в цінах продажу за таких умов:

- сума, яка буде сплачена виробнику згідно з договором – 1200 тис.грн., в т.ч. ПДВ 240 тис. грн.;
- витрати на заготівлю, вантажно-розвантажувальні роботи та інші, безпосередньо пов'язані з придбанням товарів 15% від суми, сплаченої виробнику;
- націнка підприємства оптової торгівлі 25%;
- податок на додану вартість 20%;
- очікувані залишки товарів на початок планового року 120 тис.грн.;
- норматив товарних запасів на кінець року встановлено 24 дні.

Задача №10.

Визначити величину валового прибутку від реалізації, прибутку від операційної діяльності та рентабельність операційної діяльності підприємства оптової торгівлі на підставі даних:

- первісна вартість реалізованих товарів складає 1170 тис. грн.;
- валова виручка від реалізації 1720 тис. грн.
- інші операційні доходи (оренда, виробничо-технологічні та транспортно-експедиторські послуги) 1614 тис. грн.;
- витрати на збут 1230 тис. грн.;
- адміністративні витрати 1591 тис. грн.;
- інші операційні витрати 2% від загальних операційних витрат;

- ПДВ 20%.

Задача №11.

Визначити первісну вартість (собівартість) реалізованої підприємством оптової торгівлі продукції та валовий прибуток від реалізації за таких умов:

- валовий обсяг виручки (дохід) у звітному періоді склав 1720 тис.грн.;
- націнка підприємства оптової торгівлі 30% ;
- податок на додану вартість 20%.

Задача №12.

Визначити чистий дохід (виручку) та валовий прибуток від реалізації товарів ПОТ за таких умов:

- валовий обсяг продаж (виручки) у звітному періоді склав 17600 грн.;
- націнка підприємства оптової торгівлі встановлена до первісної ціни 50 %;
- податок на додану вартість 20%.

Задача №13.

Визначити величину валового прибутку від реалізації, операційні витрати торгівельного підприємства та їх рівень на підставі даних:

- валовий обсяг продаж товарів за звітний період 5802 тис. грн.;
- націнка торгівельного підприємства 27 %;
- витрати на збут 35% в загальних операційних витратах;
- адміністративні витрати 591 тис. грн.;
- інші операційні витрати 25 тис. грн.;
- ПДВ 20%.

Задача №14.

Визначити величину валового прибутку від операційної діяльності, операційних витрат торговельного підприємства та їх рівень на підставі даних:

- валовий обсяг реалізації товарів за звітний період 8500 грн.
- торговельна націнка 53 % ;
- витрати на збут 35% в загальних операційних витратах;
- адміністративні витрати 591 тис. грн.;
- інші операційні витрати 125 тис. грн.;
- інші операційні доходи 2570 тис. грн.

Задача №15.

Розрахуйте рівень операційних витрат на 2015 рік за даними наведеними у наступній таблиці:

Рівень операційних витрат, коеф.	Чистий дохід млн. грн.
7,1	13,0
7,4	13,9
7,7	14,1
7,9	14,3
8,0	14,7

8,1	14,8
8,9	15,0

Задача №16.

Розрахувати первісну вартість (собівартість) товару А та оптимальну партію закупівлі, якщо відомо:

- валова виручка (дохід) від реалізації товару А становить 450 тис. грн.
- торгівельна націнка 47 % ;
- витрати на закупівлю товару складають 10,5 % від первісної ціни;
- витрати по зберіганню та складському оброблюванню сягають 35% від величини валового прибутку від реалізації;
- Податок на додану вартість 20%.

Задача №17.

Визначити показники оборотності товарних запасів підприємства оптової торгівлі за звітний квартал за наведеними в таблиці даними:

Показники	Одиниця виміру	Значення
1. Валова виручка від реалізації	млн. грн.	8,6
2. Торгівельна націнка	%	47
3. Залишки товарів в первісних цінах на	млн. грн.	
1 січня		1,08
1 лютого		1,52
1 березня		1,00
1 квітня		1,98

Задача №18.

Визначити прогнозований обсяг виробничо-технологічних послуг по підготовці металопродукату до споживання на підставі даних:

- загальний обсяг виробництва промислової продукції 12,5 млн. грн. в т.ч. 80% з використанням металопродукату;
- опитано 120 підприємств – споживачів металопродукату, на долю яких припадає 12% загального обсягу виробництва товарів в регіоні;
- потреба опитаних споживачів в виробничо-технологічних послугах по підготовці металопродукату складає 38 тис. тонн.

Задача №19.

Визначити розмір плати за транспортно-експедиторські послуги по централізованій доставці 18т. вантажу споживачеві, який знаходиться на відстані 110 км від підприємства оптової торгівлі. Відомо, що в звітному періоді витрати підприємства на надання транспортно-експедиторських послуг становили 600 тис. грн.. Загальний обсяг наданих послуг розрахувати за даними таблиці.

Місце призначення	Відстань, км	Обсяг перевезень, тон	Вантажооборот
Житомир	121	85	
Суми	332	80	
Чернігів	132	164	
Черкаси	184	220	
Коростень	107	120	

Задача №20.

Для проведення ярмарки-виставки орендується відповідно обладнане приміщення площею 3000 кв.м. Вартість оренди 250 тис.грн. Витрати на оформлювальні роботи складають 75% від вартості оренди.

Визначити вартість одного кв.м. виставкової площі та розмір витрат на одного учасника виставки, якщо відомо:

- непередбачувані витрати складають 60 тис. грн.;
- витрати на охорону, заробітну платню персоналу, транспорт, інформаційно-рекламні заходи та культурну програму плануються в сумі 340 тис. грн.;
- мінімальна площа експозиційного місця 2,5кв.м., максимальна 17,5кв.м.

Задача №21.

Розрахувати розмір плати споживачами посередницькому підприємству за розкрій 1т. листової сталі за таких умов:

- цехова собівартість розкрою 1т. сталі 115 тис.грн.;
- питома вага заробітної плати персоналу цеху послуг в цеховій собівартості розкрою 56%;
- рівень загальногосподарчих витрат підприємства оптової торгівлі у відсотках до заробітної плати всього персоналу 35%;
- рентабельність у відсотках до повної собівартості послуг 5%;
- податок на додану вартість (суму повної собівартості послуг та прибутку) 20%

Задача № 22.

Розрахувати загальну суму лізингових платежів та залишкову вартість майна, взятого в лізинг на підставі даних:

- вартість майна, що надається в лізинг 460000 грн.;
- річна норма амортизації 15%;
- термін договору фінансового лізингу 5 років;
- лізингодавець отримав кредит для купівлі майна в сумі 90 000грн. терміном на 1 рік під 18% річних;
- додаткові витрати лізингодавця 8500 грн.;
- комісійна винагорода лізингодавці 12% від вартості майна.

Задача № 23.

Підприємству для технічного переоснащення виробництва необхідно придбати нову технологічну лінію вартістю 400 тис. грн.. Строк служби лінії 8 років. Власних коштів на таку інвестицію недостатньо. Обладнання можна

купити за рахунок банківського кредиту, або взяти в користування на умовах фінансового лізингу. Банківський кредит в сумі 400 тис. грн.. можна отримати під 20% з щорічним погашенням основної суми впродовж 4-х років.

Договір фінансового лізингу можна укласти на шість років з щорічними платежами лізингового платежу. Відшкодування вартості майна здійснюється рівними частинами (12,5% від балансової вартості). Лізингові платежі (маржа) нараховуються за ставкою 15% від залишкової вартості об'єкта лізингу. По завершенню договору лізингу лінія викупується за залишковою вартістю. Дисконтна ставка для оцінювання грошових коштів у часі становить 17%. Визначить найбільш вигідну форму залучення майна у виробництво.

Задача № 24.

Торговельному підприємству необхідно вибрати найбільш вигідну комерційну угоду з поміж угод "А" та "Б".

Інформація про комерційну угоду "А":

- оптова ціна закупівлі одиниці товару — 70 грн;
- ціна продажу одиниці товару — 100 грн;
- прогноз обсягу продажу товару — 1000 одиниць;
- витрати на доставку товару — 1000 грн;
- витрати на заробітну платню — 5 % обсягу продажу товару;
- інші матеріальні та прирівняні до них витрати — 10 % обсягу продажу товару;
- сума власних коштів для закупівлі та продажу товару — 20 тис. грн;
- місячна ставка банківського кредиту — 2 %;
- місячний темп інфляції — 1,5 %;
- період, що досліджується, — 1 місяць.

Інформація про комерційну угоду "Б":

- прогноз реального чистого прибутку від реалізації— 10 тис. грн.;
- прогноз рівня операційних витрат — 17 %;
- прогноз рентабельності операційної діяльності — 7 %;
- прогноз прибутковості реалізації — 4 %.

Задача № 25.

Оптова база уклала угоди з місцевим виробником і виробниками інших областей України на поставку макаронних виробів. Згідно з цими угодами виробники постачають товар у магазини транспортом, якщо обсяг поставки товару кратний мінімальній нормі відвантаження (одному контейнеру). Решту товару відвантажують на адресу оптової бази і магазини одержують товар з її складів. Підприємства громадського харчування та інші дрібні фірми товар транзитом від виробників не одержують, а тільки зі складу бази, оскільки обсяги продажу товару в них невеликі.

Слід зауважити, що: мінімальна норма транзитного відвантаження Нт — один контейнер, місткістю 1,4 т макаронних виробів;
мінімальна норма відпуску зі складу бази — один піддон (0,2 т. макаронних виробів).

За даними наведеними у табл. 4.2. необхідно:

- розробити раціональну схему ланковості руху товарів від виробничих підприємств до роздрібно-торговельної мережі;
- визначити обсяги транзитного та складського обороту оптової бази;
- розрахувати коефіцієнт ланковості товароруху.

Таблиця 4.2.

Надходження макаронних виробів за підприємствами, т.

Роздрібне підприємство (вантажодержувач)	Обсяг надходження за квартал.		
	разом	від місцевого виробника O_m	від виробників інших областей O_i
Універсами:			
№1	30	20	10
№2	25	15	10
№3	16	8	8
№4	8	2	6
Гастрономи:			
№1	5	1	4
№2	2	1	1
№3	7	3	4
Підприємства громадського харчування (транзиту немає)			
Інші дрібні фірми (транзиту немає)	2	1	1
Разом	135	61	74

Задача № 26.

Роздрібна торговельна фірма "Енрон" продає чоловічі костюми. Обсяг продажу — 1700 костюмів за квартал. Загальні поточні витрати фірми такі:

- заробітна плата адміністрації фірми за квартал — 4700 грн;
- заробітна плата торговельно-оперативного і допоміжного персоналу за квартал — 4100 грн;
- оренда, експлуатація приміщень та інші витрати за квартал — 12000 грн;
- відрахування у фонди (крім ПДВ) за квартал — 5280 грн;
- транспортні витрати і підготовка до продажу одиниці товару — 10 грн.;
- ціна закупівлі одиниці товару у постачальника разом з ПДВ — 130 грн.

Необхідно визначити:

1. середню ціну реалізації костюмів, якщо фірма бажає отримувати чистий прибуток у розмірі 30 % їх закупівельної вартості;
2. середній рівень торговельної націнки у відсотках до закупівельної ціни.

Задача № 27.

Торгово-посередницька діяльність передбачає оцінювання конкурентів на товарному ринку. Порівняльний аналіз дає змогу визначити основних конкурентів і зробити висновки щодо конкурентоспроможності свого підприємства, перспектив його розвитку.

Необхідно визначити:

- визначити показники обігу та стану товарних запасів, обіговість і середній рівень товарних запасів (у днях), частку торгової площі в загальній, товарооборот і товарні запаси в розрахунку на один квадратний метр;
- розрахувати фондівдачу, фондоозброєність, коефіцієнти зносу, придатності та оновлення основних фондів, коефіцієнт ефективності їх використання;
- виконати порівняльний аналіз показників, визначити сильні і слабкі сторони універмагу № 1.

Інформація для розрахунку показників торговельної діяльності та матеріально-технічної бази універмагів м. Києва у звітному році наведена в табл. 4.3.

Таблиця 4.3

Результати діяльності двох універмагів м. Києва у звітному році, тис. грн.

Показник	Універмаг	
	№1	№2
Роздрібний товарооборот, тис. грн.	10980	116270
Середні товарні запаси, тис. грн.	4430	26970
Загальна площа, м ²	7700	21695
Торгова площа, м ²	4342	8000
Чисельність персоналу, осіб.	318	1650
у тому числі торгово-оперативного, осіб.	280	1010
Прибуток від реалізації товарів, тис. грн.	388	9659
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн.	3595	10216
Первісна вартість основних фондів, тис. грн.	6410	17422
Знос основних фондів, тис. грн.	1015	7206
Річна вартість введених у дію основних фондів, тис. грн.	991	1115

Задача № 28.

Побудуйте схему інфраструктури товарного ринку підприємства-виробника за одною товарною групою, попередньо подавши стислий опис напрямків діяльності та товарного асортименту підприємства. На схемі стрілками позначте напрями руху матеріальних, інформаційних, фінансових, трудових та ін. потоків. Надайте опис кожного із зазначених потоків за схемою: назви складових елементів інфраструктури товарного ринку, числовий опис і стисла характеристика потоків між виробником і складовою елемента інфраструктури товарного ринку.

Для декількох найважливіших для виробника елементів інфраструктури товарного ринку зробіть опис характеристик, які слід урахувувати при оптимізації їх вибору для найвигіднішого співробітництва.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Самостійна робота студентів над дисципліною «Маркетингове планування» включає:

- опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу;
- вивчення окремих питань, що передбачені для самостійного опрацювання;
- підготовку до виступу на семінарських заняттях;
- систематику вивченого матеріалу перед заліком;
- написання рефератів.

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Змістовий модуль 1. Методологічні основи функціонування інфраструктури товарного ринку

Тема 1. Предмет, метод і завдання дисципліни

1.1. *Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.*

1. Сутність та складові процесу виробництва.
2. Засоби та предмети праці - призначення, відмінності від товару.
3. Взаємозв'язок та взаємодія фаз суспільного відтворення.
4. Походження та сутність терміну «інфраструктура».
5. Предмет дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» та його взаємозв'язок з іншими дисциплінами.
6. Характеристика економічних категорій, що складають понятійну основу дисципліни.
7. Функції дисципліни «Інфраструктура товарного ринку».
8. Генезис дисципліни.

1.2. *Виконання індивідуальних навчальних завдань.*

Тема 2. Сутнісна характеристика товарного ринку

2.1. *Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.*

1. Сучасні визначення ринку. Матеріальна основа ринкових відносин.
2. Констатуючі параметри та атрибути ринку.
3. Передумова формування та умови функціонування ринкових відносин.
4. Суб'єкти і об'єкти ринкових відносин.
5. Предмет ринкового процесу.
6. Завдання та головні ознаки класифікації ринків.
7. Особливості ринку товарів та послуг (товарного ринку).
8. Складові механізми ринкового саморегулювання та їх взаємодія.
9. Види та форми зовнішнього впливу на товарний ринок.
10. Основні види ринкових процесів сучасного товарного ринку.

2.2. *Виконання навчальних завдань.*

2.3. Підготовка реферативних матеріалів з Інтернет-ресурсів.

Тема 3. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку

3.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація.
2. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР).
3. Класифікація елементів інфраструктури товарного ринку (ІТР).
4. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР.
5. Охарактеризуйте функції ІТР стосовно складових товарного обігу
6. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку.
7. Місце та роль маркетингових посередників в інфраструктурному комплексі товарного ринку.
8. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР.
9. Показники оцінки обсягів діяльності ІТР та їх визначення.
10. Охарактеризуйте маркетингову концепцію розвитку суб'єктів ІТР.
11. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шлях їх вирішення.

3.2. Виконання навчальних завдань по визначенню показників стану та розвитку ІТР.

3.3. Есе - дослідження сутності ІТР. (письмова робота з індивідуальною позицією автора у вільному вигляді).

Змістовий модуль 2. Місце торгівлі в ринковій економіці. Оптова і роздрібна торгівля

Тема 4. Макроорганізація оптової торгівлі

4.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Оптова торгівля - основа складова господарсько-торговельної діяльності.
2. Охарактеризуйте склад суб'єктів оптової торгівлі.
3. Основні завдання оптової торгівлі в сфері торгового обігу.
4. Характеристика функцій оптової торгівлі стосовно товаровиробників (постачальників).
5. Взаємодія оптової торгівлі з роздрібними торговцями і організованими покупцями.
6. Особливості оптової торгівлі товарами виробничо-технічного призначення.
7. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі.
8. Головні чинники, що впливають на вибір форми оптової торгівлі.
9. Диференціація видів оптової торгівлі.
10. Сутність інтегрального показника обсягу оптової торгівлі.
11. Характеристика відносних показників оптової торгівлі.
12. Сутність та значення товарних запасів в оптовій торгівлі.
13. Показники оцінки стану та структури товарних запасів в оптовій торгівлі.

- 4.2. *Вирішення та письмове оформлення задач.*
- 4.3. *Есе - дослідження різновидів оптової торгівлі.*

Тема 5. Підприємства оптової торгівлі

5.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Головні ознаки підприємства оптової торгівлі.
2. Класифікація підприємств оптової торгівлі.
3. Функції підприємств оптової торгівлі по обслуговуванню товарного обігу.
4. Методи визначення потреби та попиту наявних та потенційних покупців.
5. Методи визначення величини товарного запасу.
6. Система управління товарними запасами.
7. Алгоритм здійснення оптової закупівлі товарів.
8. Методи визначення загального обсягу закупівлі товарів та партії замовлення.
9. Критерії вибору партнерів товаровиробників (постачальників).
10. Організація приймання товарів за кількістю і якістю.
11. Маркетингові рішення в процесі оптового продажу товарів.
12. Організація оптового продажу товарів.
13. Методи оптового продажу товарів.
14. Характеристика фінансових показників діяльності підприємств оптової торгівлі.
15. Сутність первісної ціни товару (собівартість) та порядок її визначення.
16. Витрати підприємства оптової торгівлі: склад та класифікація.
17. Стратегічна модель прибутку оптового підприємства.

5.2. Розв'язання і письмове оформлення задач.

5.3. Підготовка до практичних занять.

Тема 6. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність

6.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. В чому полягає сутність виробничих процесів у підприємствах торгівлі?
2. Охарактеризуйте необхідність та передумови використання виробничих процесів у торгівлі.
3. Які види виробничих процесів здійснюються у підприємствах торгівлі? Опишіть їх.
4. Визначте роль і функції складів у процесі товароруку.
5. Назвіть основні завдання складського господарства на товарному ринку.
6. Які види товарних складів Ви знаєте?
7. За якими ознаками класифікують склади?
8. Назвіть основні вимоги до складів у залежності від типів товарів, що зберігаються на їх території.
9. Як впливають автоматизація та механізація на роботу складів?
10. Характеристика тари.
11. Опишіть сутність транспортно-експедиційних операцій.
12. В чому полягає роль транспорту у процесі товарообігу?

13. Охарактеризуйте транспорт як категорію матеріального виробництва.
14. Які функції транспорту на товарному ринку Ви знаєте?
15. Як здійснюється організація перевезень товарів?
16. Які витрати пов'язані з транспортуванням?
17. Опишіть методи завою товарів.
18. Охарактеризуйте способи та особливості доставки товарів авіаційним, залізничним, водним, автомобільним та трубопроводним транспортом.
19. В чому полягає сутність раціоналізації товароруху?
20. Що таке товарний потік та товарна партія?
21. За якими напрямками здійснюється вдосконалення процесу товароруху?
22. Опишіть систему товаропостачання ЛТ.
23. Що Ви знаєте про експедиційні служби?
24. Назвіть умови, що визначають необхідність супроводу товарів на шляху їх руху від виробника до споживача.
25. Назвіть і опишіть завдання та функції експедиційних служб.
26. Як відбувається розподіл відповідальності у випадку втрат матеріальних цінностей по ходу їх транспортування?

6.2. Розв'язання і письмове оформлення задач.

6.3. Підготовка до практичних занять.

Тема 7. Роздрібна торгівля

7.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Роздрібна торгівля як провідний вид ринкових процесів та форма господарсько-торговельної діяльності.
2. Ознаки роздрібною торгівлі.
3. Форми роздрібною торгівлі.
4. Головні функції роздрібною торгівлі.
5. Послуги роздрібних магазинів.
6. Класифікація ознаки та типологія магазинів роздрібною торгівлі.
7. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібною торгівлі.
8. основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібною торгівлі.
9. Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі.
10. Стратегічні моделі управління ресурсами та прибутковістю підприємств роздрібною торгівлі.
11. Права споживачів та їх законодавчий захист.
12. Зобов'язання роздрібною торгівлі щодо інформаційного забезпечення споживачів.
13. Нормативно-правове регулювання роздрібною торгівлі.
14. Зобов'язання роздрібною торгівлі щодо контролю якості товарів їх нормативно-правове забезпечення.

7.2. Підготовка до практичного заняття.

7.3. Підготовка реферативних матеріалів з сучасних проблем захисту прав споживачів.

Тема 8. Торговельно-посередницька та посередницька діяльність на товарному ринку

8.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Зміст та види торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку.
2. Види торговельних посередників та відмінності їхньої діяльності від оптових торговельних підприємств.
3. Торговельно-посередницькі структури та особливості їхньої діяльності.
4. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності.
5. Комісійна торгівля як форма внутрішньої торговельно-посередницької діяльності.
6. Види та особливості консигнаційної торгівлі.
7. Сутність посередницької діяльності та її види.
8. Типи посередників та їх функції.
9. Організаційно-правові форми торговельно-посередницьких структур.
10. Зобов'язання та права посередників.
11. Мотивація та винагорода посередників.
12. Зміст монопольної агентської угоди.
13. Посередники з переважним правом (правом "першої руки").
14. Умови співробітництва простих посередників.

8.2. Підготовка до практичних занять.

8.3. Підготовка репрезентивних матеріалів з Інтернет-ресурсів.

Тема 9. Товарні біржі

9.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

14. Визначення біржової торгівлі та товарної біржі.
15. Функції товарної біржі, як форми організованого оптового ринку.
16. Організаційно-комерційні функції товарної біржі.
17. Види бірж та класифікація товарних бірж.
18. Принципи діяльності товарної біржі. Права товарних бірж.
19. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж.
20. Організаційна структура товарної біржі.
21. Права та обов'язки членів товарної біржі.
22. Організація процесу біржової торгівлі.
19. Форми та методи проведення біржових торгів.
20. Зміст біржової угоди та види біржових угод.
21. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерсних контрактів.
22. Брокерська діяльність на товарній біржі.
23. Організаційно-документальне оформлення брокерської діяльності.

9.2. Підготовка до практичного заняття.

9.3. Реферативне дослідження проблем розвитку біржової торгівлі в Україні.

Тема 10. Лізинг

10.1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.

1. Визначення та економічне значення лізингу.
2. Переваги та види лізингу порівняно з банківським фінансуванням інвестицій.
3. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингової діяльності.
4. Класифікаційна характеристика видів та форм лізингу.
5. Фінансовий лізинг - визначення та особливості.
6. Чистий та "мокрый" лізинг - переваги та умови застосування.
7. Зміст та послідовність укладання лізингової угоди.
8. Організація виконання лізингової угоди.
9. Нормативно-правове забезпечення прав та обов'язків лізингодавця.
 11. Права та обов'язки лізингоодержувача.
 12. Правове регулювання міжнародного лізингу.
 13. Зміст та призначення лізингових платежів.
 14. Класифікація лізингових платежів.
 15. Методика розрахунку окремих складових лізингового платежу.
 16. Економічне обґрунтування та оцінка доцільності лізингової операції.

10.2. Вирішення і письмове оформлення практичних завдань.

10.3. Реферативне дослідження сучасних проблем розвитку лізингу.



МАУПЛ

ІНДИВІДУАЛЬНО - КОНСУЛЬТАТИВНА РОБОТА.

Індивідуально - консультативна робота з студентами проводиться після викладення основного лекційного матеріалу, а також вирішення практичних завдань з метою покращення знань студентів і підготовки до підсумкового контролю з дисципліни.

МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ.

Для активізації процесу навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни "Логістика" планується застосувати такі навчальні технології:

- 1) Роботу в малих групах.
- 2) Семінари — дискусії.
- 3) Міні - лекції.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ.

Організація *поточного оцінювання знань студентів* стаціонару здійснюється за такими формами:

- 1) усне опитування (лекційний матеріал та матеріал на самостійне вивчення);
- 2) контрольні роботи;
- 3) перевірка конспектів;
- 4) тестування;
- 5) контрольні диктанти.

Підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за результатами іспиту.

ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Місце та значення інфраструктури в системі економічних відносин.
2. Організаційно-економічні та соціальні передумови функціонування товарного ринку.
3. Торгівля – сполучна ланка між виробництвом та споживанням.
4. Інфраструктура ринку: проблеми і перспективи.
5. Вибір фірмою маркетингових посередників.
6. Види оптової торгівлі в зарубіжних країнах.
7. Суть і значення торгово-промислових палат в системі міжнародної торгівлі.
8. Оптовий продаж та закупівля товарів.
9. Транспортні тарифи та їх застосування.
10. Типи торговельних посередників та їх значення в системі товарного ринку.
11. Інформаційне забезпечення ефективності товаропросування.
12. Комп'ютерні технології забезпечення ефективності товаропросування.
13. Правові засади діяльності бірж в Україні.
14. Біржова інформатика: індекси та рейтинги.
15. Торгові доми: їх значення та функції.
16. Брокерська діяльність на товарній біржі.
17. Роль інфраструктури товарного ринку в процесі суспільного відтворення та економічного зростання.
18. Роль транспорту у процесі товарообігу.
19. Сертифікація та ліцензування діяльності роздрібною торгівлі.
20. Предмет, мета та головні завдання курсу.
21. Інфраструктура товарного ринку як складова частина економічної теорії.
22. Роздрібна торгівля як основний посередник між виробництвом та споживачем.
23. Види ринкових процесів та їх взаємозв'язок зі станом економічного розвитку країни.
24. Маркетингові посередники як основа інфраструктури товарного ринку.
25. Торгівля – сполучна ланка між виробництвом і споживанням.
26. Торгівля як зміст розвитку виробництва і як засіб задоволення потреб споживачів.
27. Проблеми формування структури та організації роботи посередницьких ланок.
28. Маркетингові рішення роздрібною торгівлі (про цільові ринки, про методи стимулювання, про розміщення підприємства).
29. Роль бірж у ринковій економіці.
30. Переваги та недоліки лізингу як форми забезпечення потреб споживачів у продукції виробничо-технічного призначення.

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Студенти виконують контрольну роботу, обравши одну з тем, зазначених вище. Номер варіанта контрольної роботи студент вибирає відповідно до номера свого прізвища, зазначеного в журналі академічної групи. У випадку, коли студентів понад 30 осіб, студент, прізвище якого знаходиться під № 31, обирає варіант 1, №32 – 2 і т.д.

Контрольна робота є важливою формою самостійної роботи студентів, в процесі виконання якої вони показують вміння аналізувати та використовувати отримані дані та матеріали, здобувають відповідні практичні навички та ключові професійні компетенції для подальшої маркетингової діяльності.

Контрольна робота має містити такі розділи:

1. Зміст.
2. Вступ (1 с.).
3. Теоретична частина (4-6 с.).
4. Аналітична частина – аналіз реального стану проблеми в межах вітчизняного (закордонного) товарного ринку, що зазначається в темі роботи (5-7 с.).
5. Рекомендаційна частина – висування пропозицій щодо покращення виявленої проблемної ситуації (4-6).
6. Список використаної літератури та інших інформаційних джерел.

У вступі необхідно визначити актуальність теми обраної контрольної роботи в сучасних умовах.

Теоретичну частину виконують у вигляді реферату, узагальнивши матеріали кількох джерел. Слід висвітити сутність, основні поняття та положення теми.

У аналітичній частині необхідно показати вміння проводити аналіз ринкової ситуації, використовуючи приклади діючих підприємницьких структур, виявляти переваги та недоліки застосовуваних суб'єктами товарного ринку підходів, здійснювати порівняльний аналіз діяльності декількох підприємств.

Рекомендаційна частина має містити чітко сформульоване ставлення студента до проблеми, що розглядається в контрольній роботі. Обрану позицію за необхідності можна підкріплювати розрахунковими матеріалами, прогнозами тощо.

Загальний обсяг контрольної роботи, включаючи додатки та список літературних джерел, має складати 15 – 20 сторінок формату А4, надрукованих на принтері, 14 кеглем, гарнітурою шрифту Times New Roman, інтервал між рядками 1,5; верхнє і нижнє поле – 1,5; лівє поле – 2,5; правє поле – 1,5; колонтитули – 1,0.

Технічне оформлення контрольної роботи виконується у відповідності з вимогами «Методичних рекомендацій щодо підготовки та оформлення контрольних робіт» (МАУП, Київ, 1999.).

В окремих випадках дозволяється виконання контрольної роботи на друкарській машинці. Текст роботи ілюструється схемами, таблицями, графіками та діаграмами – вибір виду ілюстрації залежить від змісту матеріалу та поставленої мети.

Важливою вимогою до контрольної роботи є грамотність і логічний науковий стиль викладення. Робота має бути написана українською мовою. Необхідно дотримуватись правил цитування, оформлення зносок та списку використаної літератури.

В окремих випадках, за узгодженням з керівництвом деканату, робота може бути написана російською мовою.

При вивченні та систематизації матеріалів, необхідних для виконання контрольної роботи, а також при її написанні та оформленні, студент має забезпечити розкриття теми контрольної роботи на сучасному рівні розвитку інфраструктури товарного ринку, використовуючи такі підходи й наукові знання, що пояснюють різні явища і події. Крім того, студент повинен включати у зміст контрольної роботи тільки об'єктивні факти, реальні дані та приклади.

За результатами аналізу емпіричних чи статистичних даних і матеріалів, особистих вражень та узагальнень слід зробити необхідні висновки, висвітлити досягнуті успіхи, зазначити існуючі недоліки, а також висловити пропозиції щодо подальшого покращення функціонування інфраструктури товарного ринку у відповідності з темою роботи.

На підставі вивчення, аналізу і систематизації матеріалів навчальних посібників, підручників, монографій з інфраструктури товарного ринку та періодичних видань «Економіка України», «Маркетинг в Україні», «Новий маркетинг», «Маркетинг в Україні», «Економіка», «Економіка, фінанси, право» газети «Бізнес», «Контракти», статистичних матеріалів Держкомстату України, даних мережі Internet та інших джерел, студенти виконують контрольну вказаними темами.

МАУП

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Економічна сутність ринку та його матеріальна основа.
2. Класифікаційні ознаки та види ринків.
3. Головні параметри та атрибути товарного ринку.
4. Особливості товарного ринку та взаємозв'язок з іншими ринками.
5. Передумови формування та умови функціонування товарного ринку.
6. Форми та методи зовнішнього регулювання товарного ринку.
7. Характеристика механізму ринкового саморегулювання.
8. Суб'єкти, об'єкти та предмет ринкового процесу.
9. Походження та зміст терміну «інфраструктура», сучасні його визначення.
10. Сутність інфраструктури товарного ринку (ІТР) та її роль в ринковій економіці.
11. Особливості елементів інфраструктурного комплексу товарного ринку.
12. Функції інфраструктури товарного ринку.
13. Місце та роль маркетингових посередників в інфраструктурному комплексі товарного ринку.
14. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР.
15. Сучасні проблеми та напрями розвитку ІТР.
16. Місце та значення оптової торгівлі в ринковій економіці.
17. Зміст і завдання оптової торгівлі в сфері товарного обігу.
18. Функції оптової торгівлі.
19. Значення оптового товарообігу для роздрібної торгівлі.
20. Класифікаційні ознаки, форми та види оптової торгівлі.
21. Основні показники оптової торгівлі, їх характеристика.
22. Сутність та значення товарних запасів в оптовій торгівлі.
23. Показники оцінки стану та структури товарних запасів в оптовій торгівлі.
24. Підприємства оптової торгівлі: характерні ознаки, організаційно-правові форми.
25. Зміст роботи підприємств оптової торгівлі по обслуговуванню товарного обігу.
26. Методи визначення нормативної величини товарного запасу оптового підприємства.
27. Система управління товарними запасами оптового підприємства.
28. Організація оптової закупівлі та оптового продажу товарів.
29. Методи визначення загального обсягу закупівлі товарів та партії замовлення.
30. Критерії вибору партнерів-товаровиробників (постачальників) оптового підприємства.
31. Методи оптового продажу товарів та чинники їх вибору.
32. Маркетингові рішення підприємств оптової торгівлі.
33. Сутність та види послуг підприємств оптової торгівлі.
34. Методи визначення складу та обсягу виробничо-технічних послуг.
35. Зміст транспортно-експедиторських послуг та чинники їхнього розвитку.
36. Методи визначення цін на виробничо-технічні послуги.
37. Методика розрахунку вартості транспортно-експедиторських послуг.
38. Витрати підприємства оптової торгівлі: склад та класифікація.

39. Показники прибутковості підприємства оптової торгівлі та чинники їх формування.
40. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку.
41. Торговельно-посередницькі структури: види, особливості діяльності.
42. Особливості комісійної торгівлі.
43. Особливості консигнаційної торгівлі.
44. Зміст посередницької діяльності та її види на товарному ринку.
45. Нормативно-правове регулювання посередницької діяльності.
46. Типи посередників та їх функції.
47. Зміст та види угод на здійснення посередницької діяльності (агентських угод).
48. Сутність та призначення інформаційної діяльності.
49. Продукти інформаційної діяльності торговельно-посередницьких підприємств.
50. Види інформаційних послуг.
51. Організаційно-комерційні послуги: зміст і призначення.
52. Роль та функції виставок і ярмарок в розвитку організаційно-комерційних послуг.
53. Методи оцінки ефективності інформаційних та організаційно-комерційних послуг.
54. Сутність та головні ознаки роздрібною торгівлі.
55. Головні функції роздрібною торгівлі.
56. Класифікаційні ознаки та типологія магазинів роздрібною торгівлі.
57. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібною торгівлі.
58. Нормативно-правове регулювання захисту прав споживачів.
59. Характеристика біржовою торгівлі та чинники їх розвитку.
60. Види бірж та типологія товарних бірж.
61. Визначення товарної біржі, її значення в ринковій економіці.
62. Функції товарної біржі як форми організованого товарного ринку.
63. Організаційно-комерційні функції товарної біржі, принципи діяльності.
64. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж.
65. Організаційна структура товарних бірж.
66. Члени товарної біржі: права та обов'язки.
67. Форми та методи проведення біржових сесій.
68. Біржовий товар: зміст та вимоги до нього.
69. Зміст та види біржових угод.
70. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерних контрактів.
71. Зміст брокерської діяльності на товарній біржі.
72. Визначення та економічне значення лізингу.
73. Правове регулювання лізингу, об'єкти та суб'єкти.
74. Класифікація форм та видів лізингу.
75. Оперативний лізинг: зміст, призначення та умови здійснення.
76. Фінансовий лізинг: зміст, призначення та умови здійснення.
77. Істотні умови договору лізингу.
78. Організація виконання лізинговою угоди.
79. Зміст та призначення лізингових платежів.
80. Види лізингових платежів.

81. Методика розрахунку лізингових платежів.
82. Права і обов'язки лізингодавця.
83. Права і обов'язки лізингоодержувача.
84. Сутність та завдання персонального продажу.
85. Зміст персонального продажу, його форми та методи.
86. Завдання торговельних агентів по здійсненню операцій персонального продажу.
87. Вимоги до торговельного агента.
88. Прийоми подолання цінового бар'єру та усунення заперечень в процесі персонального продажу.
89. Зміст роботи торговельного агента по супроводу угоди купівлі-продажу.
90. Визначення та зміст багаторівневого маркетингу як сучасного засобу комплексу просування.

МАУП

ВИДИ ТА СПОСОБИ ПРОВЕДЕННЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Контроль знань студентів здійснює викладач. При проведенні поточного контролю знань студентів можуть бути використані такі його види:

індивідуальне усне опитування студентів;

підготовка рефератів з окремих питань;

тестування з питань, попередньо визначених для самостійної підготовки.

Для проведення підсумкового контролю знань студентів використовують усне опитування або тестування.

Студенти, які не пройшли контроль, не отримують позитивної атестації та не допускаються до іспиту.

МАУП

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Брокерська діяльність на товарній біржі.
2. Види бірж та правові засади їхньої діяльності в Україні. Класифікація бірж на основі визначеного об'єкта торгів.
3. Види виробничих процесів у підприємствах торгівлі.
4. Види договорів у торговельно-посередницькій діяльності.
5. Завдання та функції торгово-промислових палат.
6. Загальна характеристика обігу ресурсів у оптовій торгівлі.
7. Загальна характеристика організацій, що надають інформаційні послуги.
8. Загальна характеристики діяльності підприємств оптової торгівлі.
9. Застосування ринковими суб'єктами маркетингової концепції як засобу досягнення стійких конкурентних позицій на ринку
10. Зона торговельного обслуговування, методи її визначення.
11. Методи завозу товарів.
12. Механізми здійснення купівлі-продажу товарів на вільному ринку.
13. Напрямки вдосконалення процесу товароруху. Система товаропостачання ЛТ.
14. Необхідність та передумови використання виробничих процесів у торгівлі.
15. Основні завдання оптових підприємств на товарному ринку.
16. Основні завдання складського господарства на товарному ринку.
17. Основні макроекономічні показники оптової торгівлі.
18. Роль інфраструктури товарного ринку в процесі суспільного відтворення та економічного зростання.
19. Роль транспорту у процесі товарообігу.
20. Сертифікація та ліцензування роздрібною торгівлі.
21. Спільні та відмінні функціональні обов'язки основних ринкових посередників.
22. Сутність та призначення інформаційно-комерційної діяльності.
23. Сутність торговельно-посередницької діяльності.
24. Транспорт як категорія матеріального виробництва.

25. Укладання угод на біржових торгах.

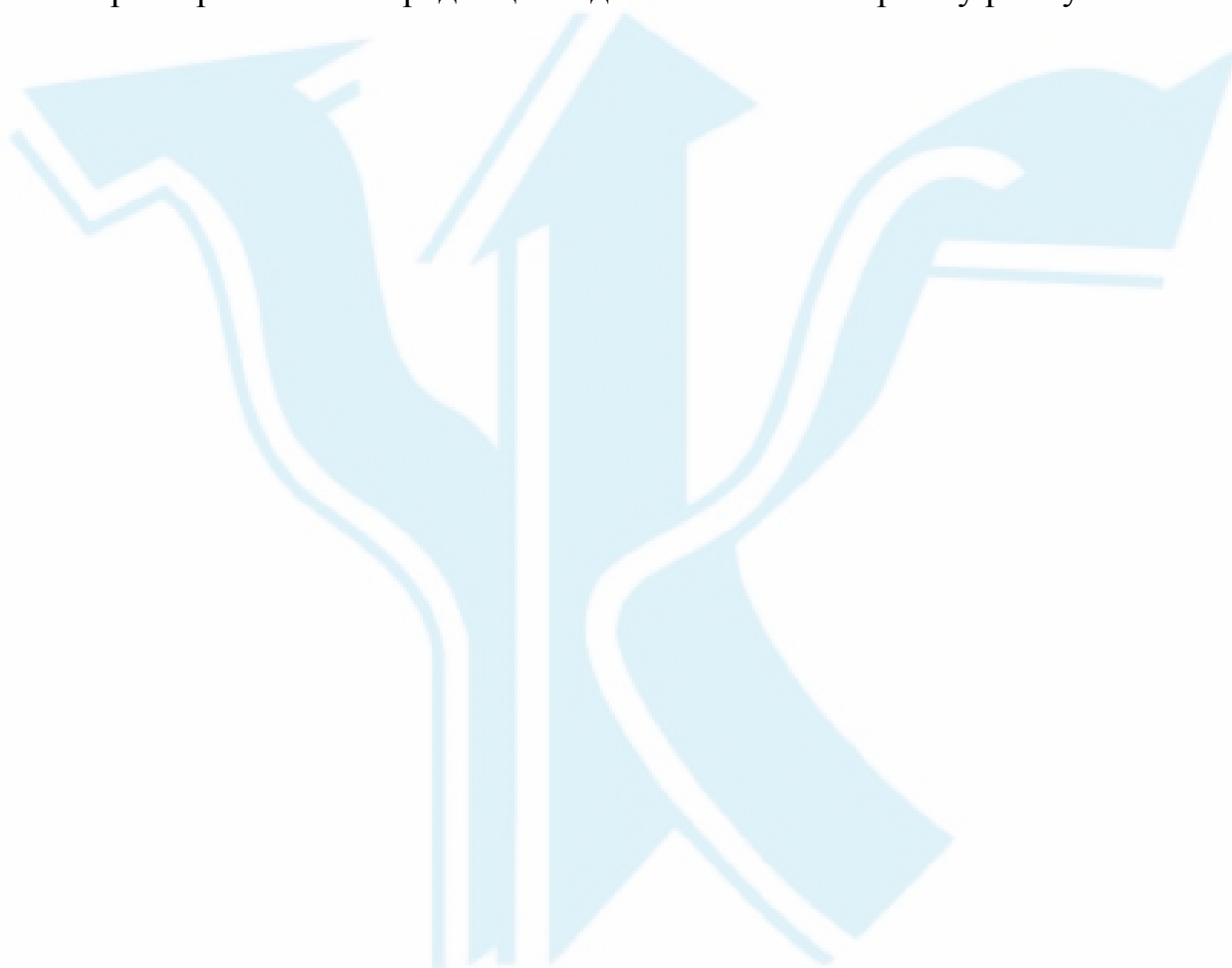
26. Умови та принципи утворення підприємств оптової торгівлі.

27. Функції та послуги суб'єктів роздрібної торгівлі.

28. Функції транспорту на товарному ринку.

29. Характеристика основних видів оптової торгівлі.

30. Характеристика посередницької діяльності на товарному ринку.



МАУП

Методичне забезпечення контролю знань

ТЕСТИ

1. Продукт діяльності, призначений для реалізації це

- А)нужда
- В)товар
- С)бажання
- Д)обмін

2. Платоспроможна потреба це

- А)попит
- В)нужда
- С)потреба
- Д)угода

3. Предметом дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" є

- А)конкуренція між суб'єктами господарювання
- В)комерційний характер взаємодії учасників ринкового процесу
- С)самостійність учасників ринкового процесу
- Д)економічна діяльність елементів інфраструктури товарного ринку

4. До основних функцій дисципліни "Інфраструктура товарного ринку"

відносять функцію

- А)пізнавальну
- В)методологічну
- С)практичну
- Д)усі відповіді вірні

5. Сфера товарного обміну, де діють відносини щодо купівлі-продажу товарів та здійснюється конкретна господарська діяльність, яка пов'язана з реалізацією товарів це

- А) ринок цінних паперів
- В) валютний ринок
- С) товарний ринок
- Д) ринок капіталів

6. Сукупність сегментів товарного ринку, яким притаманні операції комерційного характеру це

- А) сектор довгострокових інвестицій
- В) сектор довгострокових комерційних угод
- С) відкритий сектор товарного ринку
- Д) закритий сектор товарного ринку

7. Товарний ринок за умови діяльності суб'єктів ринку є ринок

- А) легальний
- В) вільний
- С) покупця
- Д) виробників

8. Товарний ринок за обсягом продажу є ринок

- А) світовий
- В) регульований
- С) роздрібний
- Д) споживчий

9. Товарний ринок за характеристикою суб'єктів ринкових відносин є ринком

- А) споживчим
- В) оптовим

С)внутрішнім

Д)покупця

10. Ринок товарів виробничо-технічного призначення передбачає обіг

А)продуктів харчування

В)знарядь праці

С)побутової техніки

Д)усі відповіді вірні

11. До ринку послуг відносять ринки

А)палива

В)транспортних послуг

С)обладнання

Д)промислової сировини

12. Утворюючими елементами ринкового механізму є

А)ціна товару

В)споживчий попит

С)товарна пропозиція

Д)усі відповіді вірні

13. Максимально можливий обсяг реалізації товарів при даному рівні платоспроможного попиту, товарної пропозиції та роздрібних цін це

А)ступінь диверсифікованості товарного ринку

В)якість товару

С)місткість товарного ринку

Д)конкурентоспроможність товарів

14. Сукупність дій з підготовки та здійснення актів купівлі-продажу товарів та укладання ринкових угод це

А)ринковий механізм

- В)ринкові відносини
- С)ринковий процес
- Д)не має правильної відповіді

15. Термін "інфраструктура" визначають як

- А)комплекс складових
- В)сукупність інститутів
- С)сукупність посередників
- Д)усі відповіді вірні

16. Інфраструктура товарного ринку це

А)сукупність підприємств, які здійснюють різні види діяльності у сфері товарного обігу

- В)сукупність підприємств, які займаються організацією виробництва
- С)сукупність організацій, які займаються комерційною діяльністю
- Д)не має правильної відповіді

17. Інфраструктура товарного ринку розглядається на рівні

- А)місцевому
- В)міжнаціональному
- С) локальному
- Д)усі відповіді вірні

18. Інжинірингові фірми відносять до

- А)фінансово-кредитної інфраструктури
- В)організаційно-технічної інфраструктури
- С)науково-дослідної інфраструктури
- Д)усі відповіді вірні

19. До елементів інфраструктури товарного ринку відносять

- А)страхові компанії

В)торговельно-посередницькі організації

С)заклади освіти

Д)усі відповіді вірні

20. До складу торговельно-посередницьких організацій відносять

А)лізингові організації

В)інформаційні організації

С)ярмарки

Д)страхові компанії

21. Економічна демонстрація зразків це

А)виставка

В)ярмарок

С)аукціон

Д)не має правильної відповіді

22. Показ, основна мета якого полягає у просвіті публіки шляхом демонстрування засобів це

А)аукціон

В)виставка

С)ярмарок

Д)тендер

23. Виставки-ярмарки за постійністю місця проведення бувають

А)пересувні

В)місцеві

С)регіональні

Д)галузеві

24. Виставки-ярмарки за широтою номенклатури експонованих товарів бувають

- А)споживчих товарів
- В)періодичні
- С) універсальні
- Д)пересувні

25. Привселюдний продаж товару в заздалегідь призначеному місці це

- А)аукціон
- В)тендер
- С)виставка
- Д)не має правильної відповіді

26. За інформаційною асиметрією аукціони бувають

- А)відкриті
- В)добровільні
- С)національні
- Д)не має правильної відповіді

27. За товарним асортиментом товарні біржі бувають

- А)приватні
- В)міжнародні
- С) спеціалізовані
- Д)усі відповіді вірні

28. Багатопрофільні компанії, які займаються торговельно-посередницькою та комерційною діяльністю це

- А)фінансові організації
- В)торгові дома
- С)аудиторські компанії
- Д)не має правильної відповіді

29. Емісійні банки відносять до

- А) торгових домів
- В) страхових компаній
- С) фінансових організацій
- Д) консалтингових компаній

30. Підприємства, які надають консультації з економічних та юридичних питань це

- А) консалтингові компанії
- В) фінансові організації
- С) аудиторські компанії
- Д) усі відповіді вірні

31. Організації, які проводять комплексну ревізію фінансово-господарської діяльності фірми це

- А) фінансові організації
- В) страхових компаній
- С) аудиторські компанії
- Д) консалтингові компанії

32. До вільних економічних зон відносять

- А) вільні банківські зони
- В) вільні порти
- С) зони вільної торгівлі
- Д) усі відповіді вірні

33. До організаційної складової функціонування товарного ринку відносять елемент

- А) складське господарство
- В) дилерську фірму
- С) банк
- Д) усі відповіді вірні

34. До основних функцій інфраструктури товарного ринку відносять

- А) вивчення кон'юнктури ринку
- В) сприяння суб'єктам товарного ринку
- С) організаційне оформлення відносин
- Д) усі відповіді вірні

35. Завданнями державного регулювання у формуванні інфраструктури товарного ринку є

- А) забезпечення раціонального і правомірного руху товарів
- В) контроль над вільною конкуренцією
- С) забезпечення товарно-грошової рівноваги
- Д) усі відповіді вірні

36. Пільги - це форма участі державних органів у функціонуванні товарного ринку

- А) соціальна
- В) правова
- З економічна
- Д) контрольна

37. Найважливішим макроекономічним показником інфраструктури товарного ринку є

- А) товарооборот
- В) обсяг витрат
- С) обсяг товарної маси
- Д) усі відповіді вірні

38. Структурною складовою товарообороту є

- А) загальний товарооборот підприємств оптової торгівлі
- В) роздрібний товарооборот торговельної мережі

С)роздрібний товарооборот окремих видів господарства

Д)усі відповіді вірні

39. Товарооборот, який включає обсяг продажу товарів кожним торговим посередником це

А)роздрібний товарооборот

В)загальний товарооборот

С)обсяг товарної маси

Д)не має правильної відповіді

40. Коефіцієнт ланковості визначають як

А)співвідношення валового та чистого товарообороту за звітний період

В)співвідношення чистого та валового товарообороту за звітний період

С)співвідношення загального обсягу робіт певного виду та чистого товарообороту за звітний період

Д)не має правильної відповіді

41. До основних показників, що характеризують стан організаційної складової інфраструктури товарного ринку відносять

А)розподіл торгових підприємств за типами та видами

В)кількість підприємств оптової торгівлі

С)вартість основних фондів

Д)усі відповіді вірні

42. Стан розвитку матеріальної складової інфраструктури товарного ринку характеризує

А)вартість основних фондів

В)розподіл торгових підприємств за типами та видами

С)площа складських будівель

Д)не має правильної відповіді

43. Коефіцієнт механізації розраховують як співвідношення

- А) співвідношення валового та чистого товарообороту за звітний період
- В) обсягу роботи за допомогою механізмів до загального обсягу робіт
- С) співвідношення загального обсягу робіт певного виду та чистого

товарообороту за звітний період

Д) не має правильної відповіді

44. Складова інфраструктури товарного ринку де визначається обсяг інвестицій це складова

- А) інформаційна
- В) кредитно-розрахункова
- С) кадрова
- Д) організаційна

45. Спеціалізовані ланки організаційної складової інфраструктури товарного ринку, які сприяють просуванню, продажу й розподілу товару серед кінцевих споживачів це

- А) посередники
- В) комерційні посередники
- С) маркетингові посередники
- Д) не має правильної відповіді

46. До причин використання посередників у каналах розподілу відносять

- А) особливі вимоги по доставці товару
- В) не забезпеченість складськими приміщеннями
- С) обмеженість у обігових коштах
- Д) усі відповіді вірні

47. За функціональним призначенням посередники поділяються на

- А) фінансових посередників
- В) інвестиційних посередників

- С)інноваційних посередників
- Д)не має правильної відповіді

48. До операцій у торговому посередництві відносять:

- А)кредитування сторін
- В)здійснення страхових операцій
- С)рекламу товарів
- Д)усі відповіді вірні

49. Посередник, який діє на підставі договору комісії це

- А)консигнатор
- В)комісіонер
- С)повірений
- Д)не має правильної відповіді

50. До способів консигнації відносять

- А)реальну
- В)фактичну
- С) частково поворотну
- Д)усі відповіді вірні

51. Торгові фірми, які займаються продажем товарів від свого імені та за свій рахунок на основі угод купівлі-продажу з продавцями та покупцями це

- А)дилери
- В)агенти
- С)дистриб'ютори
- Д)не має правильної відповіді

52. До оптовиків із повним циклом обслуговування відносять

- А)брокерів
- В)дистриб'юторів

С)агентів

Д)усі відповіді вірні

53. До агентів відносять

А)агентів зі збуту

В)агентів із закупівлі

С)агентів виробників

Д)усі відповіді вірні

54. До спеціалізованих оптовиків відносять

А)оптовиків-аукціоністів

В)оптовиків-комівояжерів

С)оптовиків-посилторговців

Д)усі відповіді вірні

55. Оптовик, який працює в галузях, для яких характерне безтарне перевезення вантажів це оптовик

А)консигнатор

В)організатор

С)посилторговець

Д)не має правильної відповіді

56. Оптовик, який обслуговує бакалейно-гастрономічні магазини це
ОПТОВИК

А)організатор

В)посилторговець

С) консигнатор

Д)не має правильної відповіді

57. Елемент інфраструктури, який є структурним підрозділом організації-покупця і відіграє роль брокера та агента це

- А)оптовик-комісіонер
- В)закупівельна контора
- С)оптовик-консигнатор
- Д)усі відповіді вірні

58. Оптовик, який здійснює операції від імені і за дорученням свого підприємства на основі договору-доручення це

- А)торговий представник
- В)консультант
- С)збутова контора
- Д)не має правильної відповіді

59. До джерел відбору посередників відносять

- А)конференції
- В)банки
- С)рекламну розсилку
- Д)усі відповіді вірні

60. При виборі посередника стосовно збутового агента необхідно враховувати

- А)чи надійним є комерційне становище оптовика
- В)чи згоден оптовик проводити політику цін виробника
- С) чи досить великим є обсяг його операцій
- Д)усі відповіді вірні

61. Від діяльності, пов'язаний з продажем товарів та послуг тим, хто перепродає їх це

- А)роздрібна торгівля
- В)дрібно роздрібна торгівля
- С)оптова торгівля
- Д)усі відповіді вірні

62. До функцій оптової торгівлі стосовно покупців відносять

А)кредитування

В)мінімізацію комерційного ризику

С)підтримку вітчизняних товаровиробників

Д)не має правильної відповіді

63. До функцій оптової торгівлі стосовно постачальників товарів відносять

А)консалтингове обслуговування

В)створення сучасної інфраструктури

С)кредитування

Д)не має правильної відповіді

64. До загальних форм організації оптової діяльності відносять

А)діяльність оптових торговців

В)діяльність оптових посередників

С)оптову діяльність виробників

Д)усі відповіді вірні

65. До оптових посередників з повним набором послуг відносять

А)брокерів

В)оптовиків з оплатою та самовивезенням

С) спеціалізованих оптовиків

Д)довірених

66. Оптові підприємства, які продають товар по каталогах це

А)торговці-консигнатори

В)універсальні оптові підприємства

С)посилочні оптові підприємства

Д)оптовики з оплатою та самовивезенням

67. До оптових торговців відносять

А) довірених

В) торговців-консигнаторів

С) оптовиків з оплатою та самовивезенням

Д) не має правильної відповіді

68. До основних функцій, які виконують оптовики з повним обслуговуванням відносять

А) забезпечують торговельний кредит

В) пропонують підтримку в плануванні

С) інформують споживачів про товари та послуги

Д) усі відповіді вірні

69. Гарантами стратегічної стабільності споживчого ринку є

А) регіональні оптові структури

В) державні оптові структури

С) організатори оптового обігу

Д) усі відповіді вірні

70. Абсолютно не працюють з товаром

А) торговельні агенти

В) коміснери

С) аукціони

Д) не має правильної відповіді

71. Сума перепродажів товарів без жодних змін іншим підприємствам це

А) оборот від посередницької діяльності

В) оптовий товарооборот

С) роздрібний товарооборот

Д) не має правильної відповіді

72. Вартість товарів, відвантажених товаровиробником кінцевим споживачам, якщо розрахунки здійснюються через оптових посередників це

- А) транзитний товарооборот
- В) простий товарооборот
- С) складський товарооборот
- Д) не має правильної відповіді

73. До абсолютних показників товарообороту відносять

- А) абсолютний обсяг продажу окремого товару
- В) абсолютний обсяг продажу товарної групи
- С) загальний обсяг продажу
- Д) усі відповіді вірні

74. Сума фактичних залишків товарів у сфері оптової торгівлі на певну дату це

- А) величина товарних запасів у днях
- В) структура товарних запасів
- С) обсяг товарних запасів
- Д) усі відповіді вірні

75. Кількість обертань товарних запасів за аналізований період це

- А) тривалість одного обертання
- В) швидкість товарообороту
- С) рівень витрат обігу
- Д) усі відповіді вірні

76. Сума витрат матеріальних, трудових і фінансових ресурсів на здійснення оптового продажу товарів у вартісному обчисленні це

- А) рівень витрат обігу
- В) ступінь витрат обігу
- С) витрати обігу оптової торгівлі

Д)не має правильної відповіді

77. Підприємства оптової торгівлі за дислокацією бувають

А)загальнодержавні

В)знаходяться в зоні споживання

С)універсальні

Д)не має правильної відповіді

78. Підприємства оптової торгівлі за товарною спеціалізацією бувають

А)спеціалізовані

В)з повним циклом обслуговування

С)регіональні

Д)усі відповіді вірні

79. До реалізаційних функцій оптової торгівлі відносять

А)маркетингові дослідження

В)сприяння кооперуванню підприємств

З укладання з постачальниками договорів на постачання

Д)усі відповіді вірні

80. До торговельно-посередницьких функцій оптової торгівлі відносять

А)укладання з постачальниками договорів на постачання

В)маркетингові дослідження

С)придбання і реалізацію товарної продукції

Д)не має правильної відповіді

81. До технологічних послуг підприємств оптової торгівлі відносять

А)регулювання механізмів

В)вивчення попиту

С)консультування

Д)інвестування

82. До фінансово-розрахункових послуг підприємств оптової торгівлі відносять

- А) монтаж устаткування
- В) оренду виробничих площ
- С) участь у розрахунках
- Д) усі відповіді вірні

83. До типів комерційно-посередницьких фірм відносять фірми, які швидко адаптуються до умов ринку

- А) пасивно-консервативні
- В) перспективно-ринкові
- С) ринкові
- Д) не має правильної відповіді

84. Торговельні будинки надають послуги

- А) організації складського зберігання
- В) організації транспортування
- С) комунально-побутові
- Д) усі відповіді вірні

85. До статистичних показників підприємств оптової торгівлі належить

- А) витрати за видами діяльності
- В) доходи за видами діяльності
- С) оптовий товарооборот
- Д) не має правильної відповіді

86. До фінансових показників підприємств оптової торгівлі належить

- А) витрати за видами діяльності
- В) оптовий товарооборот
- С) роздрібний товарооборот

Д)усі відповіді вірні

87. До собівартості товарів не включають

- А)витрати на збут
- В)відсотки за користування позиками
- С)недостачі товарів
- Д)усі відповіді вірні

88. Витратами не визнаються

- А)платежі за агентськими угодами
- В)погашення позик
- С)попередня оплата товарів
- Д)усі відповіді вірні

89. Відношення чистого прибутку до чистого доходу від реалізації товарів це

- А)коефіцієнт ланковості
- В)коефіцієнт прибутковості
- С)коефіцієнт ліквідності
- Д)усі відповіді вірні

90. За функціональним призначенням виробничі послуги підприємств оптової торгівлі підрозділяють на

- А)послуги з надання товару додаткової споживчої цінності
- В)послуги з формування споживчого асортименту
- С)перед продажні послуги
- Д)усі відповіді вірні

91. Послуги у вигляді корисних дій, які не втілюються в товарну продукцію це

- А)матеріальні послуги

- В) нематеріальні послуги
- С) додаткові послуги
- Д) не має правильної відповіді

92. Виріб, що зберігає товар від якісних і кількісних втрат у процесі його транспортування це

- А) транспортний засіб
- В) дизайн
- С) упаковка
- Д) усі відповіді вірні

93. Упаковка, яка призначена для використання у лікарнях та школах це упаковка

- А) суспільна
- В) споживча
- С) транспортна
- Д) виробнича

94. Договір про оренду судна, коли все судно надається на певний час для перевезення вантажів у будь-яких напрямках це фрахтування

- А) на послідовні рейси
- В) на один рейс
- С) на умовах тайм-чартеру
- Д) за генеральним контрактом

95. До підйомно-транспортних засобів відносять

- А) газові навантажувачі
- В) автонавантажувачі
- С) електронавантажувачі
- Д) усі відповіді вірні

96. До найбільш значущих критеріїв вибору перевізника відносять

- А) дотримання термінів
- В) витрати з доставки
- С) схоронність вантажу
- Д) усі відповіді вірні

97. Ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних з купівлею-продажем товарів це

- А) виробнича діяльність
- В) торговельно-посередницька діяльність
- С) посередницька діяльність
- Д) усі відповіді вірні

98. Збутова мережа, яка включає дочірні компанії і незалежні збутові фірми, що ведуть оптову і роздрібну торгівлю це

- А) власна збутова мережа
- В) змішана мережа
- С) незалежна збутова мережа
- Д) не має правильної відповіді

99. До основних способів прямого продажу відносять

- А) торгівля через магазини виробника
- В) торгівля в роздріб
- С) посилкова торгівля
- Д) усі відповіді вірні

100. До недолік каналу прямого збуту відносять

- А) значні витрати на транспортування
- В) високі націнки посередника
- С) низький рівень контролю над цінами
- Д) усі відповіді вірні

ГЛОСАРІЙ

до курсу лекцій з дисципліни

«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

Агент – в загальному розумінні – представник компанії; (2) організація, що діє від імені іншої організації, як правило, в ролі посередника; послуги посередника оплачуються комісійними.

Акт комерційний – документ, який засвідчує обставини, що можуть бути підставою для пред'явлення претензії перевізнику, і який складається при виявленні невідповідності вантажу перевізним або супровідним документам постачальника при прийманні товарів з вагона або контейнера.

Акт про приймання товарів за кількістю (якістю) – уніфіковані форми первинної документації, які складаються при прийманні товарів на складі вантажоотримувача (вантажовідправника) у випадках виявлення розбіжностей з перевізними документами.

Акт технічний – документ, який засвідчує технічний стан вагона або контейнера, види та характеристика ушкоджень при прийманні товарів, що надійшли у вагоні або контейнері.

Асортимент виробничий – номенклатура товарів, що випускаються окремими промисловими і сільськогосподарськими підприємствами.

Асортимент товарів – сукупність їх видів і різновидів, об'єднаних в групи за певними ознаками.

Асортимент торговельний – сукупність видів і різновидів товарів, що формується з виробничого асортименту декількох виробників для реалізації в роздрібній торговельній мережі, відповідно до попиту споживання.

База даних споживачів – система, в якій знаходяться докладні (точні) дані про покупців товарів компанії.

База оптова – підприємство, яке здійснює закупівлю, зберігання, підсортування та оптовий продаж товарів згідно з договорами.

Базисні умови поставки – визнані в міжнародній практиці умови поставки, що застосовуються при укладенні договорів купівлі-продажу, договорів поставки та ін. Визначають основні права і зобов'язання постачальника і споживача при розподілі транспортних витрат, місце і час перебігу ризиків, місце постачання, сторону, що несе витрати по розвантаженню, правила виконання митних формальностей і ін.

Бартер – товарообмінна угода, яка здійснюється без проведення грошових розрахунків, а оплата за товари, що постачаються, відбувається у товарній формі.

Біржа – розвинена форма регулярно діючого ринку товарів, що продаються за стандартами чи зразками (товарна біржа), цінних паперів (фондова біржа), іноземної валюти (валютна біржа); організація, що обслуговує процес укладення угод між господарськими суб'єктами про купівлю-продаж; місце, де укладаються угоди.

Брутто – маса товару разом з упаковкою, загальна вага.

Вантажовідправник – фізична або юридична особа, що діє від свого імені та виконуюча зобов'язання, що випливають з договору перевезення, включаючи упакування, зважування вантажу, нанесення на нього маркування, передачу вантажу перевізнику для доставки в місце призначення і видачу його вантажоотримувачу.

Вантажоотримувач – фізична або юридична особа, що отримує доставлений в місце призначення вантаж.

Вибір маршруту – право вантажовідправника давати вказівки експедитору або перевізнику відносно маршруту перевезення товарів.

Виробник – юридична або фізична особа-суб'єкт підприємницької діяльності, що відповідає за проектування, виготовлення, упакування та маркування продукції незалежно від того, виконуються вказані операції самою цією особою або від її імені.

Відбір і оцінка постачальника – пошук і відбір торговельним підприємством постачальників товарів; оцінка постачальника з боку

забезпечення поставки товарів потрібної якості та асортименту, в потрібні терміни, по прийнятній ціні та за іншими критеріями.

Відбір товарів споживачем – отримання товару покупцем, передбаченого договором поставки, безпосередньо на складі постачальника і доставка їх на свій склад власним або залученим для цих цілей транспортом загального користування.

Відвантаження – передача виготовленої продукції перевізникові для доставки споживачу, або безпосередньо споживачу за місцем її виробництва.

Відвантажувальна розрядка – документ, яким одна сторона договору дає розпорядження іншій стороні про відпускання передбачених договором товарів третій особі – вантажоотримувачу (споживачу).

Відпускання товарів зі складу – одна із заключних операцій технологічного складського процесу. Здійснюється за наявності оформлених в установленому порядку документів особам, які мають право отримувати товари по відповідних документах.

Гарантійний термін експлуатації – період часу, протягом якого постачальник відповідає перед споживачем за доброякісну роботу переданого споживачеві складнотехнічного товару.

Гарантійний термін зберігання – період часу, визначений для зберігання і транспортування товарів в упаковці постачальника.

Гармонічність товарної номенклатури — міра подібності товарів різних асортиментних груп з погляду їх кінцевого використання, вимог до організації виробництва або інших показників.

Глибина товарної номенклатури — варіанти пропонування кожного окремого товару в межах асортиментної групи.

Господарський договір – цивільно-правова угода між суб'єктами господарювання (підприємствами, товариствами, приватними підприємцями), спрямована на встановлення, зміну чи припинення їх господарських прав і обов'язків.

Дефект – кожна окрема невідповідність товару вимогам, зразкам (еталонам), встановлених стандартами, технічними умовами, іншою нормативно-технічною документацією.

Замовлення – комерційний документ, в якому покупець докладно вказує всі необхідні умови для виготовлення та постачання замовленого товару, всі суттєві елементи, необхідні для укладення торговельної угоди.

Замовлення оперативне – вимога покупця на доставку чергової партії товару згідно з укладеним договором.

Запаси сезонні – запаси, що накопичують з метою згладжування коливань в обсягах виробництва і реалізації товарів, які виникають за природно-кліматичних умов виробництва та споживання певних видів товарів.

Запаси товарні – запаси готової продукції у виробників і торговельних підприємств (організацій), що забезпечують безперебійність процесу реалізації товарів, виконання прийнятих договірних зобов'язань.

Знижка за кількість товарів, що купляються – зменшення ціни товарів для покупців, які купляють велику кількість товарів.

Інтервал замовлення – період часу між поданням двох послідовних замовлень на постачання товарів, запас яких наблизився до “точки замовлення”.

Інтервал постачання – період між двома суміжними партіями поставки, що надходять до торговельного підприємства одна за одною.

Комерційний кредит – право, що надається продавцем товару покупцю у вигляді перенесення платежу на певний строк, відкладення платежу до того часу, доки покупець не реалізує свій товар і не отримає кошти для оплати товару, купленого в кредит.

Комерційний ризик – можлива ситуація, що приносить матеріальну шкоду, витрати. В комерційній діяльності, як правило, здійснюється страхування комерційних ризиків від недобросовісних партнерів, форс-мажорних обставин та інших ситуацій.

Комісіонер – посередник, який від свого імені, але за рахунок комітента, продає третім особам товари, які належать комітенту.

Комітент – фізична або юридична особа, яка передає комісіонеру товари для реалізації за рахунок комітента.

Консигнація – умова продажу товарів, за якої право власності на товар залишається за постачальником до того часу, поки товар не буде реалізований споживачам. Зберігання товару та його підготовка до продажу здійснюється за рахунок постачальника, маркетингові витрати можуть відповідно розподілятися між постачальником і посередником, що реалізує товар споживачеві.

Контейнерна відправка – обсяг партії товару, що повністю займає універсальний або спеціалізований контейнер.

Маркетинг — процес планування й управління розробкою, ціною політикою, збутом і просуванням товарів і послуг до покупців для досягнення такої різноманітності благ, яка дає змогу задовольнити потреби якомога більшої кількості окремих осіб і організацій.

Момент поставки – дата здачі товарів перевізнику або підприємству зв'язку при міжміських перевезеннях; фактична дата виконання продавцем зобов'язань, передбачених базисними умовами договору.

Насиченість товарної номенклатури — загальна кількість окремих товарів, які входять до складу товарної номенклатури

Національний товаровиробник – сукупність виробників певного товару або тих із них, сукупне виробництво яких становить основну частину всього обсягу виробництва України цього товару.

Недопоставка – це поставка товарів у меншій кількості, ніж передбачено договором.

Норма замовлення – мінімальна кількість певного виду продукції, менше якої підприємство-виготовлювач не виробляє і не поставляє на адресу одного покупця.

Норма простою транспортного засобу – період часу, протягом якого транспортний засіб, що прибув до місця розвантаження (навантаження), повинен бути розвантажений (навантажений).

Ноу-хау (англ. – знаю як) – науково-технічні, комерційні, організаційні знання, відомості, володіння якими забезпечує певні переваги підприємству, особі, яка їх отримала.

Партія поставки – регламентований договором обсяг і асортимент одноразової поставки.

Перевізник – фізична особа (організація), що використовує транспортні засоби (власні або ті, що знаходяться в її розпорядженні) для перевезення вантажів відповідно до договору перевезення вантажу.

Портфель замовлень підприємства – це кількість продукції в асортименті, яка повинна бути виготовлена за певний час і продана покупцям на основі контрактів. Її розмір свідчить про стійкість стану фірми на ринку, конкурентоспроможність товарів, що реалізуються.

Посередник – особа, організація, які знаходяться між виробником і споживачем товарів і допомагають продавцям і покупцям укласти і реалізувати контракти.

Послуга — заходи або користь, що їх одна сторона здатна запропонувати іншій; об'єкти продажу у вигляді певних дій, зручностей або вигод.

Поставка – оптовий продаж товарів (продукції) в рахунок виконання договірних зобов'язань.

Раціоналізація – сукупність заходів, спрямованих на найбільш доцільну організацію товаропостачання. Має на меті поліпшення, спрощення та здешевлення процесів, пов'язаних з постачанням товарів у роздрібну торговельну мережу, досягнення найвищих результатів при найменших витратах коштів.

Ритмічність поставок – поставки товарів у терміни, що передбачаються договірними зобов'язаннями.

Рівномірність – поставка однакових партій товару за однакові відрізки часу.

Сегментація ринку – процес поділу загального ринку на декілька груп споживачів, які характеризуються однаковими маркетинговими показниками стосовно окремого товару чи послуги.

Сертифікат відповідності – документ, що підтверджує про те, що продукція, системи якості, системи управління якістю, системи управління навколишнім середовищем, персонал відповідають встановленим вимогам конкретного стандарту або іншого нормативного документа, визначеного законодавством.

Сертифікація – процедура, за допомогою якої призначений в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління навколишнім середовищем, персоналу визначеним законодавством вимогам.

Товар – продукт діяльності людини, призначений для продажу (обміну на інший товар).

Товар — усе, що задовольняє бажання чи потребу і пропонується ринку з метою привертання уваги, придбання, використання або споживання.

Товари короткотермінового використання — матеріальні вироби, які повністю використовуються протягом одного або кількох циклів використання.

Товари тривалого використання — матеріальні вироби, які витримують багаторазове використання.

Товарна номенклатура — систематизований перелік усіх асортиментних груп і товарних одиниць, що пропонуються виробником для реалізації.

Товарний асортимент — набір (підбір) однойменної продукції, конкретизований у назвах, видах, гатунках, розмірах, артикулах; група товарів тісно пов'язана подібністю функціонально-корисних властивостей, особливостей виготовлення, обороту і споживання в межах одного діапазону цін.

Точка подання замовлення – рівень товарних запасів, при досягненні якого пропонується провести (зробити) наступне замовлення, щоб уникнути відсутності будь-якого запасу, викликаного тим, що для повторення поставок потрібний певний час.

Угоди – а) визначають дії громадян і організацій, спрямовані на встановлення, зміну або припинення прав, обов'язків; б) договір по торгових платежах, кредитних операціях тощо. Укладається між двома або декількома

сторонами. Обумовлюється вартість, погоджуються умови, час, місце укладення угоди.

Франко – позначення порядку відшкодування та врахування в ціні транспортних витрат по доставці продукції споживачеві. Вказує на те, до якої ланки (місця) просування продукції транспортні витрати несе постачальник.

Франчайзинг – форма ліцензування, за якої одна фірма (франчайзер) пропонує пакет послуг (включаючи товари та фірмову назву) іншій фірмі (франчайзі) за певну грошову винагороду.

Широта товарної номенклатури — загальна кількість асортиментних груп, що їх виробляє фірма.

Брокери (маклери), як і агенти, сприяють укладанню угод, не беручи участі в них ні своїм ім'ям, ні капіталом.

Комівояжер-службовець підприємства, який займається пошуком клієнтів для збуту товарів.

Повірені — це посередники, яких вибирають продавці чи покупці для реалізації угод від їхнього імені та за їх дорученням. Повірені є простими виконавцями волі своїх клієнтів, хоч до певної міри згідно з наданими повноваженнями вони можуть діяти й самостійно.

Представники — це повірені, з якими фірми підписали тривалі угоди про репрезентацію їх інтересів.

Комісіонери - це посередники, які здійснюють операції з купівлі-продажу від свого імені, але не є власниками товару і працюють за рахунок комітента.

Консигнатори - є різновидом комісіонерів. Вони, як правило, володіють потужним складським господарством і зацікавлені у здійсненні активної збутової політики. Це комісіонери зовнішньо-торгових операцій, які здійснюють тільки реалізацію товарів за ціною встановленою консигнатом (власником товарів).

Оптовики (покупці, дистриб'ютори) — це незалежні самостійні фірми, які перебирають на себе всі функції власності на товари, якими торгують.

Відділи продажу (збуту) виробників - це офіси або установи, які існують окремо від підприємств; мають свої складські потужності і займаються поставками товарів для оптовиків чи кінцевих споживачів.

Ремонтні та сервісні фірми — це незалежні, формально незалежні (франчайзингові) або залежні від виробників підрозділи або фірми (установи).

Асемблери — це організації, зайняті переважно закупівлею фермерської продукції або морських продуктів у місцях їх виробництва чи вилову. Найчастіше вони, закупаючи невеликі кількості продукції концентрують значні запаси і комплектують великі партії для доставки у головні оптові ринкові центри.

Торгові дома — це великі оптово-роздрібні фірми, які займаються не тільки торговельні посередницькою діяльністю, а й інвестуванням. Торговий дім — це вільний асоціативний союз підприємців на добровільній основі з входженням до його складу торгових, виробничих, транспортних, будівельних підприємств та організацій, а також банків.

Франчайзинг — це контрактне партнерство між *франчайзером* (це може бути товаровиробник, постачальник) та *франчайзі* (незалежні підприємці, які на договірних засадах одержують право використовувати торгову марку, ноу-хау, послуги з маркетингу та реклами від франчайзера). Якщо франчайзер створює комплекс фірм — франчайзингову систему, то фірма-франчайзі купує право володіти й керувати одним або кількома підрозділами франчайзингової системи.

Дилер — юридична або фізична особа, що працює як незалежний посередник і здійснює перепродаж товару під свого імені і за свій рахунок (на відміну від дистриб'ютора). Прибуток дилера формується як різниця між ціною купівлі та ціною продажу продукції.

Дистриб'ютор — це посередник, який не стає власником товару, а лише отримує право продажу товарів фірми виробника на конкретному ринку. Дистриб'ютор може діяти від свого імені, якщо це передбачено дистриб'юторською угодою або договором «купівлі-продажу».

Умовний продаж – продаж, при якій право власності на товар переходить від покупця тільки після повної його сплати.

Продаж по опису – продаж, який передбачає відповідність якості товару його опису.

Продаж по зразку - (sale by sample) продаж на основі зразка, який передбачає, що товари, які продаються за якістю відповідають якості зразка наданого зразка.

Сертифікат походження товару – сертифікат, який підтверджує державне походження імпортованого товару.

Тест в залі (тест акцептаційний) – методика опитування фізичних чи юридичних осіб на предмет виявлення намірів купити конкурентоспроможний товар та чи є такий намір.

Тестування товарів - метод в маркетингу, коли потенційному покупцю надається можливість опробувати товар без зобов'язань на купівлю. Тестування можливе як щодо наявних товарів, так і щодо нових (модифікованих) товарів. У першому випадку тестування проводиться з метою визначення ставлення до товарів, що знаходяться у продажу, з'ясовується ступінь задоволення покупців тим чи іншим товаром, їхнє ставлення до послуг конкурентів. Тестування дає змогу з'ясувати, який конкретний товар оцінюється порівняно з конкуруючими товарами –аналогами. Отже, попереднє тестування уможливило прийняття рішень щодо модифікування вже освоєного виробництвом товару чи переходу на виробництво нового товару.

Тестування покупців – опитування покупців

Каталоговий магазин – магазин, в якому торгівля здійснюється за зразками каталога. Покупці вибирають і замовляють товар в магазині, а через деякий час отримують його в цьому магазині або з доставкою додому.

Зв'язаний магазин – магазин, який взяв на себе зобов'язання продавати товар тільки одного конкретного постачальника та не конкуруючи з ним товари.

Чорний ринок –(blak market) – сукупність економічних відношень між продавцем та покупцями товарів та послуг, які відбуваються з порушенням діючого законодавства.

Організований ринок – (fomal market) – ринок , який характеризується розвинутою інфраструктурою, взаємодією економіки та політики. В залежності від ступеня розвиненості розрізняють частково регульований, нерегульований та організований ринки.

Товарна система – група різних, але пов'язаних між собою, функціонально сумісних виробів.

Організований ринок – ринок, який характеризується розвинутою інфраструктурою, взаємодією політики і економіки. Наприклад, розрізняють наступні організовані ринки:

Фондовий ринок – організований ринок торгівлі цінними паперами.

Біржа фінансових ф'ючерсів – організований ринок для торгівлі ф'ючерсними контрактами на фінансові документи.

Валютна біржа – організований ринок національних валют.

Товарні фонди - частина товарних ресурсів, яка поступає в обертання централізовано , в плановому порядку через організований ринок.

Фондова біржа – організований і регулярно функціонуючий ринок по купівлі- продажу цінних паперів, акцій, облігацій і інш. Фондова біржа мобілізує і перерозподіляє тимчасово вільні грошові кошти.

Фінансовий ринок – організована інституціональна структура для утворення фінансових активів і обміну фінансовими активами.

Організований ринок праці – ринок праці, який характеризується розвинутою інфраструктурою, взаємодією політики зайнятості з іншими напрямками економічної та соціальної політики. В залежності від ступеня розвитку ринка праці розрізняють частково регульований, нерегульований і організований ринки праці.

Торгівля державна і комісійна утворюють організований ринок держави, на якому ціни установлює безпосередньо держава.

Партнер – юридична чи фізична особа, яка є співвласником компанії, фірми чи тимчасово співчасником щодо певної операції.

Чорний ринок – сукупність економічних відносин між продавцем і покупцями товарів та послуг, які створюються з порушенням діючого законодавства.

Тіньовий ринок – продаж одного і того ж товару за різними цінами в різних країнах. Перекупщики з країн з низькими цінами знаходять шляхи, щоб продавати товар в країнах з високими цінами, і на цьому заробляють. Часто зарубіжні дистриб'ютори компаній – постачальники закупають товарів більше, ніж здатні реалізувати на внутрішньому ринку, тоді вони можуть намагатися зіграти на різниці цін в різних країнах.

МАУП

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку. / М.І. Белявцев, Л.В. Шестоपालова – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
2. Інфраструктура товарного ринку : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення та підготовки бакалаврів зі спеціальності «Маркетинг» / Л. І. Антошкіна, І. О. Тарлопов, Л. П. Коленченко. – Донецьк: Юго-Восток, 2009. – 184 с.
3. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник / О.В. Калюжна, В.Ф. Клочан, Т.Я. Іваненко, В.С. Кушнірук. – Миколаїв, 2011. – 284с.
4. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, О.О. Дегтяренко, С.М. Махнуша. – К.: ЦНЛ, 2007. – 296 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 702 с.
6. Інфраструктура товарного ринку: продовольчі товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 564 с.
7. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. – 379 с
8. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 249 с.
9. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
10. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / А.С. Савощенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
11. Шкапова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / О.М. Шкапова. – К.: МАУП, 2004.- 180 с.

12. Фірсова С.Г. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, перероблене та доповнене. – К.: Екомен, 2009. – 204 с.

Додаткова

1. Андреев В. О. Теоретичні аспекти становлення інфраструктури ринку праці в Україні / В. О. Андреев, К. О. Клешня // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії: Економічні науки. Науково-теоретичний журнал. – 2008. - № 2. – С. 35-37.

2. Беленький П. Ю. Ринкова інфраструктура і проблеми економічного розвитку в умовах формування конкурентного середовища / П. Ю. Беленький, Н. І. Гомольська // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Інвестиції і реструктуризація економіки регіону: Щорічник наук. Праць. – НАН України. Інститут регіональних досліджень. – Львів. – Вип. XI. – 2000. – С. 8-21.

3. Білоцька М. Ф. Регулювання фінансових ринків: світовий досвід / М. Ф. Білоцька // Фондовый рынок. – 2008. – № 44. – С. 28–35.

4. Валюшко І. В. Інфраструктурне забезпечення регіонального розвитку / І. В. Валюшко // Вісник Донецького університету: економіка і право, спецвип. – 2011. - Т. 2. – С. 281-284.

5. Васильев А. В. Рынок ценных бумаг, акционерные общества. Антикризисное управление / Васильев А. В., Потемкин Ю. С. – Харьков: Фолио, 2001. - 316 с.

6. Гайдуцький А. П. Формування інвестиційно привабливої ринкової інфраструктури (на прикладі аграрного сектору України) / А. П. Гайдуцький // Економіст. – 2005. – № 10. – С. 34-36.

7. Гапонюк М. А. Інфраструктура фондового ринку України: проблемні питання та перспективи розвитку / М. А. Гапонюк // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2010. - № 2. – С. 36-44.

8. Зуб М. Закономірності, принципи, методи забезпечення ринкової інфраструктури попиту і пропозиції робочої сили / М. Зуб // Галицький економічний вісник. – 2011. – №2 (31). – С.38-44.

9. Кормич Б. А. Правові проблеми безпеки інформаційної інфраструктури / Б. А. Кормич // Митна справа. - 2004. - № 4. – С. 40 – 45.

10. Король В. С. Створення транспортно-логістичної інфраструктури як умови підвищення транзитного потенціалу регіону / В. С. Король // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Інноваційна економіка. – 2011. - № 4 (23). – С. 213-216.

11. Крикавський Є. В. Логістика для економістів: підручник / Є.В. Крикавський. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.

12. Луговой А. В. Проблеми розвитку соціально-економічної інфраструктури регіону / А. В. Луговой, О. І. Маслак, В. В. Онищенко // Економічні та маркетингові дослідження виробничо-підприємницької діяльності. Вісник КДУ імені Михайла Остроградського. – 2010. – Вип. 5 (64). – Ч. 1. – С. 181-185.

13. Мочерний С. В. Основи економічної теорії: підручник / С. В. Мочерний, О. А. Устенко. – 3-тє вид., стер. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 504 с.

14. Окландер М. А. Контуры экономической логистики / М. А. Окландер. – К.: «Наукова думка», 2000. – 174 с.

15. Осацька Ю. Є. Проблеми функціонування суб'єктів інфраструктури товарного ринку в ринковій економіці / Ю. Є. Осацька // Економічний простір. – 2011. - № 48/2. – С. 44-52.

16. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України № 3480-IV від 03 лютого 2006 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 31. – Ст. 268.

17. Рекуненко І. І. Особливості правового регулювання інфраструктури фінансового ринку України в сучасних умовах / І. І. Рекуненко // Вісник Української академії банківської справи. – 2009. – № 2. – С. 13-17.

18. Савіна Н. Б. Інфраструктура логістичних процесів економічної діяльності / Н.Б. Савіна // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. - № 647. – С. 198-202.

19. Трігуб С. О. Особливості формування та розвитку інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності підприємств / С. О. Трігуб // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1 (4). – С. 423-429.

Інформаційні ресурси

1. <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);
2. <http://barhan.poll/ava.ua/marek/> – розділ маркетинг і реклама: теоріяпрактичні поради;
3. <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України);
4. <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики);
5. <http://www.obriy-marketing.kiev.ua> – маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (Обрій-маркетинг);
6. <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професіональний журнал;
7. <http://udc.com.ua/> – проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма;
8. <http://www.i2.com.ua> – Бібліотека інтелектуальні системи прогнозування: фінанси, валюта, економіка, маркетинг, менеджмент, цінні папери, бір

МАУП