

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Економічний факультет**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної  
роботи та розвитку

  
С.М. Кваша  
«18» червня 2021 р.

**РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО**

на засіданні вченої ради  
економічного факультету

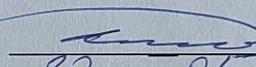
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2021 р.  
Декан економічного факультету

  
А.Д. Діброва

на засіданні кафедри маркетингу  
та міжнародної торгівлі

Протокол № 12 від 20.05 2021 р.

Завідувач кафедри

  
Р.І. Буряк  
«20» 05 2021 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**СУЧАСНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ  
ТОРГІВЛІ**

Рівень вищої освіти – третій (освітньо-науковий)

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітньо-наукова програма «Підприємництво, торгівля та біржова  
діяльність»

Гарант ОНП: Ільчук М.М.

Розробники: доцент, к.е.н., доцент Ніколаєвська В.В.

Київ – 2021 р.

**1. Опис навчальної дисципліни**  
**Сучасні форми організації торгівлі**

<b>Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь</b>		
Галузь знань	07 Управління та адміністрування (шифр і назва)	
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність (шифр і назва)	
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
Освітній ступінь	Доктор філософії	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	_____150_____	
Кількість кредитів ECTS	_____5_____	
Форма контролю	екзамен	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної, вечірньої та заочної форм навчання</b>		
	Денна, вечірня форма навчання	Заочна форма навчання
Рік підготовки	_____1_____	_____1_____
Семестр	_____2_____	_____2_____
Лекційні заняття	_____20_____ год.	_____20_____ год.
Практичні, семінарські заняття	_____30_____ год.	_____30_____ год.
Самостійна робота	_____100_____ год.	_____100_____ год.
Кількість тижневих годин для денної, вечірньої форми навчання: аудиторних	_____5_____ год.	

## **2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни**

**Сучасні форми організації торгівлі** – це спеціальна дисципліна, предметом якої є вивчення комплексної системи сучасних форм організації торгівлі, що орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і одержання прибутку на основі вивчення, аналізу і прогнозування ринку.

**Метою дисципліни** є формування знань і навичок в галузі раціонального будування торгівельних підприємств, вміння проектувати торгівельно-технологічні процеси, впроваджувати в торгівлю досягнення науково-технічного прогресу.

**Завдання дисципліни** полягає у розумінні та вивченні комплексу питань, що розкривають зміст та особливості сучасної оптової та роздрібною торгівлі, вивчення основних теоретичних, організаційних та методологічних питань розробки та використання організації торгівлі в Україні; вивчення питань використання організації торгівлі в підприємницькій діяльності; засвоєння форм державного та ринкового нагляду та контролю за додержанням правил торгівлі у сучасних умовах реформування; ознайомлення з відповідальністю суб'єктів підприємницької діяльності за порушення законодавства у сфері торгівлі.

**Згідно з вимогами освітньо-наукової програми здобувачі повинні:**

***знати:***

- сутність та роль оптової та роздрібною торгівлі;
- основні принципи організації торгівельно-технологічних процесів;
- фактори, що впливають на ефективність торгівельно-технологічних процесів;
- раціональну технологію управління товарним асортиментом і товарними запасами;
- сучасні форми роздрібного та оптового продажу товару;
- сучасні особливості продажу товарів через мережу Інтернет.

***вміти:***

- організовувати ефективні типи торгівельних підприємств, які при високій якості обслуговування споживачів, працювали б рентабельно;
- удосконалювати структуру і технологічне планування магазинів;
- застосовувати сучасні методи продажу товарів;
- доводити до споживача товари належної якості;
- правильно визначати потреби в торгівельно-технологічному обладнанні;
- створювати оптимальні товарні запаси;

- оперативно регулювати товарний асортимент;
- забезпечувати безперевне товаропостачання торгівельної мережі;
- планувати та розробляти проекти реалізації товарів в мережі Інтернет.

### **Набуття компетентностей:**

#### ***-загальні компетентності (ЗК):***

**ЗК2.** Здатність проведення дослідження на відповідному рівні.

**ЗК3.** Здатність працювати автономно.

**ЗК4.** Здатність приймати обґрунтовані рішення.

#### ***-фахові (спеціальні) компетентності (ФК):***

**СК3.** Здатність планувати, організувати, проводити спеціальні наукові дослідження та впроваджувати їх результати.

**СК4.** Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми та приймати науково обґрунтовані рішення в професійній діяльності.

**СК6.** Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень.

### **3. Програма та структура навчальної дисципліни**

#### **Тема 1. Організаційні основи функціонування роздрібної торгівлі**

Сутність, зміст та особливості роздрібної торгівлі. Завдання та функції роздрібної торгівлі в умовах ринкових відносин. Роздрібні торговельні підприємства та організації, їх види та функції. Організаційно-правові форми підприємств роздрібної торгівлі. Організаційна структура роздрібного торговельного підприємства. Функції основних підрозділів роздрібного торговельного підприємства. Корпоративні, добровільні мережі магазинів, торгові конгломерати та інші види об'єднань в роздрібній торгівлі. Роздрібна торговельна мережа – важлива складова інфраструктури споживчого ринку та її соціально-економічне значення. Завдання розвитку роздрібної торговельної мережі та підвищення її ролі в торговельному обслуговуванні населення. Класифікація та основні види об'єктів роздрібної торговельної мережі. Торгові та технологічні функції магазинів. Типізація магазинів, її сутність та значення. Спеціалізація магазинів: її сутність, значення та форми. Номенклатура типів магазинів. Сучасні проблеми типізації магазинів у роздрібній торгівлі. Торговельні та торговельно-розважальні центри: їх особливості, види, стан та перспективи розвитку. Особливості об'єктів дрібно-роздрібної торговельної мережі. Ефективність функціонування роздрібної торговельної мережі.

#### **Тема 2. Організація товаропостачання та процесу роздрібного продажу товарів. Торговельне обслуговування**

Значення та завдання товаропостачання роздрібної торговельної мережі. Фактори, що впливають на організацію товаропостачання. Основні принципи та вимоги до організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі. Форми та методи товаропостачання. Транзитна та складська форми товаропостачання, умови застосування. Централізований і децентралізований методи товаропостачання роздрібної торговельної мережі. Формування маршрутів і графіків завезення товарів. Використання тари-обладнання в організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі. Управління товаропостачанням роздрібної торговельної мережі.

#### **Тема 3. Сучасні технології продажу товарів в ритейлі**

Роздрібна торговельна мережа, її соціально-економічне значення. Фактори розвитку роздрібної торговельної мережі. Види роздрібної торговельної мережі. Спеціалізація, її основні переваги та недоліки. Типізація магазинів, основні типи магазинів. Принципи розміщення роздрібної торговельної мережі в міській та сільській місцевості. Поняття зони торговельного обслуговування магазину, методи її визначення. Організація фірмової торговельної мережі та її основні напрями розвитку в Україні. Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібної торговельної мережі.

#### **Тема 4. Організація та особливості роздрібного продажу товарів через мережу Інтернет**

Роль Інтернету в діяльності роздрібних підприємств та доведенні товарів від виробників до споживачів на внутрішньому та зовнішніх ринках. Особливості сучасних роздрібних торгових посередників із повним та обмеженим циклом обслуговування. Роздрібні торговельні мережі та підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки. Види роздрібних підприємств, їх класифікація та роль в процесі товаропросування.

#### **Тема 5. Визначення, функції і класифікація оптової торгівлі**

Сутність понять «оптова торгівля», «посередницька діяльність», «оптовий посередник», «оптовий торговий посередник». Сутність та функції оптової торгівлі. Визначальні фактори необхідності подальшого розвитку оптових торгових та інших посередників, їхні функції. Сутність та завдання оптової торгівлі в умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки. Об'єктивні основи, характерні особливості, закономірності, тенденції та принципи розвитку оптової торгівлі.

#### **Тема 6. Структура оптової торгівлі**

Основні напрями розвитку оптової торгівлі. Структура оптової торгівлі. Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки. Види оптових підприємств. Класифікація оптових торговельних підприємств. Торгово-технологічні функції оптових торговельних підприємств. Організаційна структура оптових підприємств, роль організаційних підрозділів оптових підприємств в організації торгово-технологічного процесу. Організація оптової торгівлі в країнах ринкової економіки.

#### **Тема 7. Оптові посередники, їх види та функції в умовах ринкової економіки**

Посередництво як вид підприємницької діяльності. Роль, функції та класифікація оптових посередників. Види оптових посередників. Агенти, типи агентів, особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю агента, агентський договір. Особливості здійснення операції щодо продажу товарів за участю дистриб'ютора та дилера. Комісійні операції, умови їх здійснення. Консигнація як форма комісійного продажу товарів. Особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю консигнатора. Комівояжер та умови його діяльності. Організатори оптового обороту, їх роль та функції у формуванні оптового ринку.

## Тема 8. Організація оптової торгівлі через мережу Інтернет

Роль Інтернету в діяльності оптових підприємств та доведенні товарів від виробників до споживачів на внутрішньому та зовнішніх ринках. Особливості оптових торгових посередників із повним та обмеженим циклом обслуговування. Послуги, які надають оптові торговельні посередники роздрібним торговцям та іншим партнерам через мережу Інтернет. Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки. Види оптових підприємств, їх класифікація та роль в процесі товаропросування. Перспективні типи підприємств оптової торгівлі.

### Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна, вечірня форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п/с	л	інд	с.р.		л	п/с	л	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Тема 1.</b> Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі	14	2	2	-	-	10	14	2	2	-	-	10
<b>Тема 2.</b> Організація товаропостачання та процесу роздрібно продажу товару. Торговельне обслуговування	16	2	4	-	-	10	16	2	4	-	-	10
<b>Тема 3.</b> Сучасні технології продажу товарів в ритейлі	18	4	4	-	-	10	18	4	4	-	-	10
<b>Тема 4.</b> Організація та особливості роздрібно продажу товарів через мережу Інтернет	16	2	4	-	-	10	16	2	4	-	-	10
<b>Тема 5.</b> Визначення, функції та класифікація оптової торгівлі	21	2	4	-	-	15	21	2	4	-	-	15
<b>Тема 6.</b> Структура оптової торгівлі	21	2	4	-	-	15	21	2	4	-	-	15
<b>Тема 7.</b> Оптові посередники, їх види та функції в умовах ринкової економіки	23	4	4	-	-	15	23	4	4	-	-	15
<b>Тема 8.</b> Організація оптової торгівлі через мережу Інтернет	21	2	4	-	-	15	21	2	4	-	-	15
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	-	-	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	-	-	<b>100</b>

#### 4. Теми семінарських занять

Не передбачено навчальним планом

#### 5. Теми практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість год.
1	<b>Тема 1.</b> Організаційні основи функціонування роздрібної торгівлі	2
2	<b>Тема 2.</b> Організація товаропостачання та процесу роздрібного продажу товару. Торговельне обслуговування.	4
3	<b>Тема 3.</b> Сучасні технології продажу товарів в ритейлі	4
4	<b>Тема 4.</b> Організація та особливості роздрібного продажу товарів через мережу Інтернет	4
5	<b>Тема 5.</b> Визначення, функції та класифікація оптової торгівлі	4
6	<b>Тема 6.</b> Структура оптової торгівлі	4
7	<b>Тема 7.</b> Оптові посередники, їх види та функції в умовах ринкової економіки	4
8	<b>Тема 8.</b> Організація оптової торгівлі через мережу Інтернет	4
	<b>Разом</b>	<b>30</b>

#### 6. Теми лабораторних занять

Не передбачено навчальним планом

#### 7. Контрольні запитання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань здобувачів

1. В чому полягає суть роздрібної торгівлі та ритейлу?
2. Які суб'єкти споживчого ринку належать до роздрібних торговців?
3. Які функції покликані виконувати роздрібні торговці в галузі торговельного обслуговування?
4. Як поділяються роздрібні торговці за організаційно-правовим статусом?
5. У чому полягає суть комерційної стратегії роздрібного торговця?
6. Яким є порядок реєстрації роздрібного торговця?
7. Які підрозділи входять до організаційної структури різних типів роздрібних торговців?

8. В чому полягає суть організації торгово-технологічного процесу магазину?
9. Назвати принципи організації торгово-технологічного процесу магазину.
10. В чому полягає сутність розвантаження та внутрішньо-магазинного переміщення товарів?
11. В чому полягає сутність організації приймання товарів у магазині за кількістю та якістю?
12. Розкрити сутність організації і технології зберігання товарів у магазинах.
13. Які особливості зберігання окремих видів товарів.
14. В чому полягає процес підготовки товарів до продажу?
15. Що ви розумієте під торгово-технологічним процесом магазину? Якими є принципи його раціональної організації?
16. Які фактори впливають на вибір схеми організації торгово-технологічного процесу магазину?
17. На кого покладається робота з приймання товарів у магазинах за кількістю та якістю? В який термін має бути проведене приймання товарів за кількістю у магазині?
18. Охарактеризуйте чинний порядок приймання товарів за кількістю та якістю?
19. Якими є вимоги, фактори й особливості організації процесів зберігання товарів у магазинах?
20. Розкрийте зміст організаційних, технічних і санітарних заходів з організації зберігання товарів у магазинах.
21. Поясніть суть термінів "розміщення товарів", "викладання товарів". Розкрийте їх взаємозв'язок і принципи ефективної організації.
22. Які системи і способи застосовуються для викладання товарів у торгових залах магазинів?
23. Розкрийте доцільність виконання операцій з попередньої підготовки товарів до продажу.
24. Які роботи відносяться до груп загальних та специфічних операцій підготовки товарів до продажу?
25. Які показники характеризують ефективність використання торгової площі магазинів?
26. Які форми і методи продажу товарів ви знаєте? У чому різниця між формою і методом продажу товарів?
27. У чому полягає суть методу роздрібного продажу товарів за самообслуговуванням? за зразками? з відкритою викладкою? за традиційним методом продажу товарів?
28. Для яких товарів доцільно застосовувати метод продажу товарів за зразками?
29. З якою метою застосовується метод продажу товарів з відкритою викладкою?
30. Який зміст та завдання мерчандайзингу?
31. Які типи темпераменту ви знаєте і як їх особливості використовується в процесі продажу товарів?

32. Які види поведінки продавців у процесі продажу товарів ви знаєте і коли вони використовуються?
33. Яким способом можна запобігти виникненню конфлікту в процесі продажу товару?
34. У чому полягає суть стимулювання попиту покупців і за допомогою яких методів воно здійснюється?
35. З якою метою здійснюється вивчення попиту населення в торгівлі?
36. Які методи вивчення попиту використовуються в роздрібних торговельних підприємствах?
37. Чим визначається стратегія асортиментної політики роздрібних торговельних підприємств?
38. Як обґрунтовуються межі спеціалізації підприємств?
39. Які чинники впливають на побудову асортименту товарів у магазинах?
40. Яких принципів необхідно дотримуватися при формуванні асортименту товарів у магазинах?
41. Який порядок формування асортименту товарів у магазинах?
42. За якими ознаками здійснюється групування асортименту товарів народного споживання?
43. Що являє собою обов'язковий асортиментний перелік товарів для магазину, який порядок його розробки і затвердження?
44. Якими показниками можна оцінити повноту і стійкість (стабільність) асортименту товарів, як розрахувати ці показники?
45. Яким вимогам повинно відповідати не механічне обладнання магазинів?
46. Що являє собою система модулів і як вона використовується у визначенні основних розмірів немеханічного обладнання?
47. Які вихідні дані потрібні для розрахунку потреби торгових меблів для магазину?
48. В якому нормативному документі визначені правові засади застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі?
49. Які документи потрібно подати у ДПП для реєстрації ЕККА?
50. Виконання яких функцій забезпечує апарат ЕРА-101 ?
51. За якими ознаками класифікується ваговимірвальне обладнання?
52. У чому полягає принцип дії електронної ваги та з яких вузлів вона складається?
53. Що впливає на добір типу вагів? Як розраховується потреба у вагах?
54. Як поділяються гирі за призначенням?
55. Які ЗВТ допускаються для здійснення торговельних операцій?
56. У чому полягають основні правила користування ЗВТ у сфері торгівлі?
57. Назвіть основні вузли і деталі компресійної холодильної машини.
58. За якими ознаками класифікується торгове холодильне обладнання?
59. Які основні правила експлуатації торгового холодильного обладнання?
60. Що розуміють під торговим інвентарем?
61. На які основні види поділяється інвентар за призначенням у торгово-технологічному процесі?
62. Який інвентар використовують для відкривання тари і пакування?

63. Який інвентар призначений для підготовки товарів до продажу?
64. Як здійснюється добір і визначення потреби в торговому інвентарі?
65. Які основні форми торговельного обслуговування покупців?
66. Які існують методи продажу товарів? Які умови їх застосування?
67. Які операції здійснюються при використанні методу продажу товарів з використанням прилавка?
68. Назвати передумови впровадження самообслуговування.
69. Які є методи визначення ефективності роботи магазинів самообслуговування?
70. В чому суть продажу товарів за зразками?
71. В чому суть реалізації товарів на замовлення?
72. Які є правила продажу товарів на замовлення та вдома у покупців?
73. Уявіть, що Ви власник магазину і здійснюєте набір торгового персоналу. За якими критеріями Ви здійснювали б відбір торгового персоналу? Сформууйте Ваші вимоги до торгового персоналу.
74. Які мотиваційні заходи, на Ваш погляд, можуть підвищити ефективність праці продавця?
75. «Продавцями народжуються, а не становляться». Чи згодні Ви з цим ствердженням? Обґрунтуйте Вашу відповідь. Яку роль відіграє спеціальна підготовка в розвитку індивідуальних здібностей до торгівлі?
76. Які проблеми, на Вашу думку, можна виділити в роботі торгового персоналу сучасних роздрібних торговельних підприємств?
77. Зміст торгово-технологічного процесу в магазині.
78. Технологія приймання, зберігання та підготовка товарів до продажу.
79. Технологія розміщення і викладки товарів у торговельному залі.
80. Технологія продажу товарів у роздрібних торговельних підприємствах.
81. Що являє собою торгово-технологічний процес в магазині?
82. Перелічіть та розкрийте зміст основних операцій торгово-технологічного процесу в магазині.
83. У чому полягає сутність та зміст технологічних операцій з надходження та приймання товарів в магазині?
84. У чому полягає сутність та зміст технологічних операцій зі зберігання та підготовки товарів до продажу в магазині?
85. Які основні вимоги та принципи розміщення та викладання товарів в торговому залі магазину?
86. Які магазинні методи роздрібною продажу Ви знаєте? Які їх переваги та недоліки?
87. Які особливості технології роздрібною продажу товарів за методом самообслуговування? З відкритою викладкою? Через прилавок обслуговування?
88. Які послуги надаються покупцям в магазині? Наведіть їх класифікацію.
89. Які фактори впливають на рішення покупця щодо купівлі товару в магазині?
90. Представте у вигляді схеми процес бізнес-комунікації продавця з клієнтом магазину.

91. Викладка товарів: демонстрація чи інструмент продажу?
92. Види товарних втрат та способи їх усунення.
93. Впровадження інформаційних систем в роботу роздрібних торговельних підприємств.
94. Автоматизація торгово-технологічних процесів в магазинах.
95. Які критерії вибору торговельного обладнання для роздрібних торговельних підприємств різних форматів.
96. Шляхи оптимізації використання простору торговельного залу магазинів різних форматів.
97. Визначте сучасні способи розробки дизайну, інтер'єру та атмосфери магазинів різних форматів.
98. Сучасні підходи до формування фірмового стилю та інтер'єру магазину.
99. Основні санітарні вимоги до торговельного підприємства та його працівників.
100. Вітрини та їх облаштування.

### Тести для визначення рівня засвоєння знань студентами

#### 1. Роздрібна торговельна мережа - це..

а) Сукупність стаціонарних та віртуальних суб'єктів роздрібною продажу товарів і послуг, об'єднаних за однією ознакою.
б) Загальна сукупність стаціонарних, нестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібною продажу товарів.
в) Загальна сукупність стаціонарних, нестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібною продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою.
г) Сфера підприємницької діяльності, пов'язана з продажем товарів та послуг для їх подальшого перепродажу.

#### 2. За функціональним призначенням приміщення магазину поділяють на групи:

а) Торговельні та підсобні приміщення.
б) Адміністративно-побутові та технічні приміщення.
в) Приміщення для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу.
г) Усі відповіді вірні.

#### 3. Розкрийте поняття «Розпакування - це...»

а) Звільнення товару від транспортної тари. Основна вимога до цієї операції - збереження кількості і якості товарів, тари та упаковки.
б) Групування товарів за товарними групами, видами, розмірами, сортами, іншими асортиментними ознаками.
в) Очищення від пилу, забруднень, зачищення верхнього шару товарів, який втратив товарний вигляд, прасування товарів, протирання заводського мастила, усунення дрібних дефектів і т.п.
г) Звільнення товару від транспортної тари, а також перевірка відповідності ціни, сортності, вказаних на маркуванні і в супровідних документах,

прейскурантам договорам.

4. Вивчення попиту - це...

а) Важлива складова частина тортового процесу, пов'язана з формування товарного асортименту в торговельній мережі.

б) Збір, обробка інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень щодо розвитку виробництва товарів народного споживання і комерційних рішень щодо закупівлі й продажу товарів.

в) Організація зворотного зв'язку між попитом і пропозицією, а в кінцевому рахунку - між виробництвом і споживанням.

г) Ефективність контролю за станом асортименту і наявності товарів у магазині.

5. Які форми продажу товарів існують?

а) Магазинна та позамагазинна.

б) Магазинна та особлива.

в) Магазинна, позамагазинна, особлива.

г) Магазинна, позамагазинна та електронна.

6. Мерчандайзинг — це...

а) Сукупність методів і технік, об'єднаних з метою активізувати роль товару в процесі продажу з допомогою оптимізації його представлення та оточення і тим самим підвищити його рентабельність.

б) Це система заходів, які здійснюються в межах магазину і спрямовані на те, щоб покупцеві було зручно, приємно та вигідно здійснювати покупки тощо.

в) Комплекс заходів, що проводяться на оптових та роздрібних складах.

г) Комплекс заходів, спрямованих на привернення увага покупців, напр. - проведення "public relations", розміщування товарів у торговому залі, оформлення торгових прилавків, розповсюдження рекламних проспектів, плакатів і т.д.

7. Поза магазинні форми торговельного обслуговування покупців організовуються способом продажу товарів:

в) Через дрібнороздрібну мережу і торгові автомати; через пересувні засоби торгівлі; на ярмарках і базарах; поштою тощо.

б) Через самообслуговування.

в) Супермаркет, магазин, електронна торгівля.

г) Продаж товарів на аукціонах, ярмарках і базарах.

8. Приймання на комісію нових товарів здійснюється за наявності в комітента таких документів:

а) Свідоцтва про вигнання іноземного сертифіката у державній системі сертифікації.

б) Документів, що підтверджують належну якість товарів.

в) Наявності сертифіката відповідності.

г) Усі відповіді вірні.

9. Оптовий ринок - це...

а) Торговельні підприємства, що спеціалізуються на здійсненні оптових закупівель великих партій товарів, проведенні складських торговельно-технологічних операцій і подальшій реалізації (збуті) цих товарів у кількостях, адаптованих відповідно до замовлень їх оптових покупців.

б) Сукупність попиту, пропозиції і цін на матеріальні блага, що обмінюються між суб'єктами різних сфер товарного виробництва з метою подальшої реалізації, продовження виробничого циклу або забезпечення суспільних потреб.

в) Продаж товарів роздрібним торговим підприємствам дрібними підсортованими партіями, що відправляються поштовими посилками.

г) Ринок в результаті якого продаж товарів переходять в сферу особистого споживання.

10. Система господарських зв'язків — це...

а) Комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібно-торговельної мережі в кількості та асортименті, що відповідають попиту населення.

б) Впорядкована сукупність господарських зв'язків суб'єктів ринку, притаманна певному рівневі розвитку виробничих і ринкових відносин, що склались у суспільстві на певному етапі його розвитку.

в) Тип розміщення торговельних підприємств і одиниць, що передбачає поєднання в одному будинку або в комплексі споруд різних за видами, типами, основною спеціалізацією, формами власності суб'єктів роздрібно-торговельного середовища.

г) Зв'язки, при яких економічні, правові й організаційні відносини з постачання продукції встановлюються безпосередньо між підприємствами-виробниками і роздрібними торговельними підприємствами.

11. Які приміщення магазину мають бути безпосередньо пов'язані з приміщеннями для зберігання та підготовки товарів до продажу:

а) Торгові.

б) Службові.

в) Підсобні.

г) Усі відповіді вірні.

12. Яке планування торгового залу магазину передбачає розташування торгово-технологічного обладнання прямими лініями з утворенням проходів для покупців:

а) Боксове.

б) Лінійне.

в) Острівне.

г) Усі відповіді вірні.

13. Яке планування торгового залу магазину передбачає окремі ізольовані зони зі своїми розрахунковими вузлами:

а) Боксове.

б) Лінійне.

в) Виставочне.

г) Усі відповіді вірні.

14. Які послуги відносяться до передпродажних послуг в роздрібній торгівлі:

а) Упакування товарів.

б) Підготовка товарів до продажу.

в) Доставка товарів покупцю.

г) Усі відповіді вірні.

15. Які послуги відносяться до послуг, які пов'язані з продажем товарів в магазині:

а) Консультативні послуги щодо правил та порядку використання технічно складних товарів.

б) Дрібний ремонт виробів.

в) Приймання попередніх замовлень на товари.

16. Які послуги відносяться до після продажних послуг в роздрібній торгівлі:

а) Доставка товарів покупцю.

б) Упакування товарів, розкрій тканин, які придбані в магазині.

в) Всі варіанти наведені вище.

17. Відповідність товарного асортименту сезонним коливанням попиту досягається шляхом:

а) Розширення або скорочення асортименту окремих товарних груп.

б) Тимчасового включення в асортимент товарів сезонного попиту.

в) Всі варіанти наведені вище.

18. Розміщення площі торгового залу під розміщування товарів окремих товарних груп в магазині при застосуванні методу продажу товарів на основі самообслуговування визначаються, перш за все, на основі:

а) Особистих смаків власників підприємства.

б) Питомої ваги даної групи в роздрібному товарообігу магазину.

в) Габаритних розмірів товарів даної групи.

19. Продаж товарів через прилавок ефективніший від самообслуговування при:

а) Забезпеченні магазинів широким асортиментом нефасованих товарів і

низький інтенсивності потоків покупців.

б) Високій інтенсивності потоків покупців і широкому асортименті фасованих товарів.

в) Високій інтенсивності потоків покупців і вузькому асортименті фасованих товарів.

20. Продаж товарів за взірцями слід використовувати для:

а) Готового одягу.

б) Нефасованих продовольчих товарів.

в) Тканин.

21. Продаж товарів за методом самообслуговування слід використовувати для:

а) Фасованих продовольчих товарів.

б) Ювелірних виробів.

в) Холодильників.

22. Продаж товарів через прилавок слід використовувати для:

а) Нефасованих продовольчих товарів.

б) Тканин.

в) Готового одягу.

23. Які з перерахованих характеристик магазинних методів продажу слід віднести до переваг методу самообслуговування у порівнянні з обслуговуванням через прилавок:

а) Зменшення витрат часу на обслуговування.

б) Підвищення пропускної здатності магазину.

в) Всі переваги наведені вище.

24. Найзручнішою при викладанні товарів у магазинах з точки зору ергономіки є висота полиць, розташованих відносно підлоги на рівні:

а) 80-110 см.

б) 110-160 см.

в) 160-180 см.

г) 180-200 см.

25. Більшість становлять такі покупки:

а) Імпульсивні;

б) Заплановані.

26. Мерчандайзинг - це:

а) Напрямок торговельного маркетингу, комплекс заходів, спрямованих на просування певного товару, марки, виду або упакування, тобто на збільшення обсягів продажу у роздрібній торгівлі.

б) Вид збутової діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів.
в) Збільшення простору, зайнятого конкретним видом торговельної марки на полиці/вітрині, за рахунок збільшення кількості зразків даної марки, виставлених блоком і згрупованих за брендами.
г) Всі відповіді вірні.

27. Головна мета мерчандайзингу –

а) Допомогти споживачам у визначенні якості товару.
б) Збільшити обсяги продажів.
в) Оптимально розмістити товар у торговельному залі.
г) Всі відповіді вірні.

28. На скільки відсотків бездоганний мерчандайзинг дозволяє збільшити обсяги продажів?

а) 5%;
б) 13%;
в) 25%.
г) 21%.

29. POS-матеріали – це:

а) Рекламні матеріали для місць продажу.
б) Одиниця обліку товару.
в) Продукція компанії, виставлена на вітрині або стелажі єдиним блоком.
г) Всі відповіді вірні.

30. Поняття «фейсинг» означає:

а) Напрямок торговельного маркетингу, спрямований на просування певного товару, тобто збільшення обсягів продажу у роздрібній торгівлі.
б) Це вид збутової діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів.
в) Це одиниця продукції, видима (у магазинах самообслуговування – доступна) покупцеві.
г) Продукція компанії на вітрині.

## 8. Методи навчання

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

*Залежно від джерела знань:* словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

*За характером пізнавальної діяльності:* пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

*За місцем в навчальній діяльності:*

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації.

## 9. Форми контролю

Відповідно до «Положення про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 29 травня 2020 року, протокол № 10, видами контролю знань здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу і має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу, отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу розробляються лектором дисципліни і затверджуються відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквиуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо.

Засвоєння аспірантом програмного матеріалу вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни.

*Семестровий екзамен* (далі – *екзамен*) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

*Семестровий залік* (далі – *залік*) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

*Диференційований залік* – це форма контролю, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння аспірантом програми навчальної дисципліни, педагогічної практики.

Аспіранти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими програмами дисциплін.

## 10. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в

**Національному університеті біоресурсів і природокористування України»,** затвердженого Вченою радою НУБіП України від 29.05.2020 р., протокол №10.

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$$

**Таблиця 1. Співвідношення між рейтингом здобувача вищої освіти і національними оцінками**

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	зараховано
60-73	задовільно	зараховано
0-59	незадовільно	незараховано

## **11. Методичне забезпечення**

1. Електронний навчальний курс: Сучасні форми організації торгівлі  
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2197>

## **12. Рекомендована література** **Базова**

1. Апопій В.В. Організація торгівлі: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 632 с.
2. Апопій В.В. Теорія та практика торговельного обслуговування: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 496 с.
3. Апопій В.В. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг. Львів: вид-во ЛКА, 2008. 450 с.
4. Технологія торговельних процесів / Саркісян Л.Г., Казакова О.Б. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 296 с.
5. Інтегрований курс підготовки продавця непродовольчих товарів / Жарікова Л.В., Ломакіна Н.П. К.: Грамота, 2020. 176 с.

6. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник / Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с

7. Технологія торгівлі та послуг: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / Лісіца В.В., Михайленко О.М., Іванов Ю.В. Полтава: Укоопспілка, 2008. 174 с.

8. Лагутін В. Цивілізаційні та інституційні фактори глобальних економічних трансформацій ХХІ ст. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2019. № 2. URL: [http://zt.knute.edu.ua/files/2019/02\(103\)/3.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2019/02(103)/3.pdf)

#### **Допоміжна:**

9. Міжнародний інвестиційний менеджмент : навчальний посібник / І. Ю. Матюшенко. Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 520 с.

10. Міжнародна торгівля: підручник / За ред. Ю.Г. Козака. Київ-Катовіце-Краков: ЦУЛ, 2015. 272 с.

11. Рожкова Т.С. Міжнародна торгівля: підручник. К.: КиМУ, 2015. 665 с.

12. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: моногр. / за наук. ред. д.е.н., проф. А.І. Крисоватого та д.е.н., проф. О.М. Сохацької. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2018. 478 с.

13. Право Світової організації торгівлі – стрижень міжнародного торговельно-економічного права у 3-х т. / Осика С.Г. та інші. КНТЕУ, 2019. 1928 с.

14. Міжнародна торгівля / Козак Ю.Г. Центр навчальної літератури (ЦНЛ), 2019. 130 с.

15. Міжнародна торгівля. Підручник / Юрій Козак. ЦУЛ, 2019. 512 с.

16. Міжнародна торгівля та інвестиції / Ірина Павленко, Олена Варяніченко, Наталя Навроцька. Центр навчальної літератури, 2017. 256 с.

17. Тіньова міжнародна торгівля: макроекономічна теорія та фіскальні наслідки для України: монографія / за заг. ред. Д. М. Серебрянського. Издательство Алерта, 2014. 202 с.

18. Competition, Innovation and Trade / Larry D Qiu. World Scientific Studies in International Economics, 2020. 392 p.

19. Economics of G20 / John Whalley. A World Scientific Reference (In 2 Volumes), 2020. 492 p.

20. Failed Globalisation: Inequality, Money, and the Renaissance of the State / Heiner Flassbeck, Paul Steinhardt. World Scientific, 2020. 320 p.

21. Surveys of International Trade / Yin-Wong Cheung, Bharat R Hazari. World Scientific, 2019. 740 p.

22. Trade Among Nations: Dimensions; Proportions; Directions / Michael Michaely, David Wajnryt. World Scientific, 2020. 192 p.
23. Trade and Investment in South Asia: An Analysis / Rahul Choudhury, Dinkar Nayak. World Scientific, 2019. 200 p.
24. Global Logistics and Supply Chain Management / John Mangan, Chandra C. Lalwani. Wiley; 3rd edition, 2016. 416 p.

### **Інформаційні ресурси:**

25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>
26. URL:  
[http://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/POSIBNIKI\\_2013/Menedgment\\_2013.pdf](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/POSIBNIKI_2013/Menedgment_2013.pdf)
27. URL:<https://www.retail.ru/news/>
28. URL:<https://korrespondent.net/tag/835/>
29. URL:<https://studfiles.net/preview/3540688/>
30. URL: <https://salesandmarketing.com/>
31. URL: <https://mmr.ua/>
32. URL: <https://evo.business/category/news/>