

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ**

**РОБОЧА ПРОГРАМА,**  
**методичні вказівки та контрольні завдання**  
**до вивчення дисципліни**  
**«ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ»**  
**для студентів спеціальності**  
**076 – підприємництво, торгівля та біржова діяльність**  
**(бакалаврський рівень)**

**Друкується за Планом видань навчальної та методичної літератури,**  
**затвердженим Вченою радою НМетАУ**  
**Протокол № 1 від 05.02.2020**

**Дніпро НМетАУ 2020**

**УДК 339**

Робоча програма, методичні вказівки та контрольні завдання до вивчення дисципліни «Економіка та організація торгівлі» для студентів спеціальності 076– підприємництво, торгівля та біржова діяльність (бакалаврський рівень) / Укл. Т.В. Семенова. Дніпро: НМетАУ, 2020. – 33 с.

Наведено тематичний план дисципліни, зміст лекційних та практичних занять, питання для самостійної роботи, самоперевірку знань, одержаних в процесі навчання, а також варіанти завдань для виконання контрольної роботи студентами заочного факультету.

Призначена для студентів спеціальності 076 – підприємництво, торгівля та біржова діяльність заочної форми навчання.

Укладач: Т.В. Семенова, канд. екон. наук, доц.

Відповідальна за випуск С.Б. Довбня, д-р екон. наук, проф.

Рецензент Д.Є. Козенков, канд. екон. наук, доц. (НМетАУ)

Підписано до друку 21.10.20. Формат 60x84 1/16. Папір друк. Друк плоский. Облік.-вид. арк. 1,82. Умов. друк. арк. 1,79. Замовлення №107.

Національна металургійна академія України  
49605, м. Дніпро, пр. Гагаріна,4

---

Редакційно-видавничий відділ НметАУ

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ.....	6
2. ПРОГРАМА ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ .....	7
Тема 1. Організаційні основи торговельної діяльності.....	8
Тема 2. Оптові торгові підприємства .....	9
Тема 3. Роздрібна торгівля як основний посередник між виробництвом і споживачем.....	10
Тема 4. Товарний ринок та його основні елементи.....	11
Тема 5. Особливості ціноутворення в торгівлі.....	12
Тема 6. Товарообіг як найважливіший показник діяльності торгового підприємства.....	14
Тема 7. Товарне забезпечення в сфері обігу.....	15
Тема 8. Матеріально-технічна база торгівлі.....	16
Тема 9. Торговий персонал.....	18
Тема 10. Витрати обігу торгових підприємств.....	19
Тема 11. Прибуток та рентабельність торгового підприємства .....	20
3 КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ І МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ЇХ ВИКОНАННЯ.....	22
3.1 Теоретичні питання.....	22
3.2 Практичне завдання.....	25
ЛІТЕРАТУРА.....	31
ДОДАТОК А. Варіанти для теоретичного питання.....	32
ДОДАТОК Б. Вихідні дані для виконання практичного завдання.....	33

## ВСТУП

Трансформація економічної системи в Україні потребує докорінних змін і вдосконалення системи підготовки кадрів, здатних самостійно господарювати в умовах конкуренції.

Важливе місце в системі підготовки студентів, діяльність яких буде пов'язана з торгівлею, посідає дисципліна «Економіка та організація торгівлі». Без належного її опанування неможливо створити сучасну систему торговельного обслуговування покупців, за якої споживач має стати головною фігурою ринку. Сфера торгівлі потребує фахівців, здатних ґрунтовно аналізувати будь-яке економічне завдання і знаходити найоптимальніші шляхи розв'язання таких завдань.

Підготовці майбутніх спеціалістів покликане сприяти широке застосування активних методів навчання, зокрема розв'язання комплексних ситуаційних задач, розбирання конкретних ситуацій з різних аспектів економіки та організації торгівлі, проведення ділових ігор, тестування.

Мета вивчення дисципліни «Економіка та організація торгівлі» – здобути спеціальні теоретичні знання щодо організації і технології торговельної діяльності та набути навички їх практичного застосування на підприємствах торгівлі в сучасних умовах господарювання.

Предметом вивчення дисципліни є організація і технологія торговельної діяльності як науки та практичної діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**:

- правові основи функціонування підприємства торгівлі як суб'єкта господарювання;
- основи організації оптової торгівлі та товаропостачання підприємств роздрібною торгівлі;
- методичний інструментарій здійснення аналізу з питань організації оптової та роздрібною торгівлі;

**вміти**:

- аналізувати структуру поточних витрат підприємства торгівлі;
- оцінювати фінансово-економічний стан підприємства торгівлі;
- приймати рішення та надавати пропозиції щодо підвищення рівня ефективності діяльності торговельного підприємства;

**набути компетентності:**

- критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності;

- здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

**Програмні результати навчання:** вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

Вивченню дисципліни «Економіка та організація торгівлі» передують дисципліни «Економіка підприємства» та «Підприємницька діяльність».

Набуті знання і вміння використовуються при вивченні дисциплін «Планування комерційної діяльності» та «Основи товарознавства».

Вивчення дисципліни «Економіка та організація торгівлі» організовується таким чином. На початку семестру, в якому відбувається вивчення зазначеного курсу, студенти засвоюють матеріал на установчих лекціях, потім у перебігу семестру вивчають матеріали курсу з використанням даних методичних вказівок і фахової літератури. Потім виконують контрольне завдання.

## 1. ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

Загальний обсяг дисципліни «Економіка та організація торгівлі» – 120 годин, які розподілені між видами занять для студентів заочної форми навчання наступним чином (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Розподіл навчальних годин з дисципліни «Економіка та організація торгівлі» за видами навчального навантаження

Нормативні дані	Курс	Семестр	Усього годин	Лекції	Практичні заняття	Лабораторні роботи	Самостійна робота	Підсумковий контроль
	V	I	120	12	4	4	100	Індивідуальне завдання. Екзамен
Форма навчання	заочна							

Для успішного формування компетентностей та результатів вивчення дисципліни «Економіка та організація торгівлі» студент заочної форми навчання має:

- прослухати лекції та виконати практичні роботи в аудиторії (під контролем викладача);
- самостійно опрацювати розділи програми, які не викладаються на лекціях, відповідно до робочої програми та методичних вказівок до вивчення дисципліни за потреби консультуючись з викладачем (розділ 2 даної роботи);
- виконати індивідуальну контрольну роботу (згідно з розділом 3 даної роботи);
- підготуватися до підсумкового контролю та скласти його.

Самостійне вивчення кожної теми рекомендується проводити в наступній послідовності:

- 1) ознайомлення зі змістом теми згідно з програмою;
- 2) уважне вивчення рекомендованих літературних джерел, перелік яких наведено в кінці роботи;
- 3) складання конспекту за матеріалом, що вивчається;
- 4) виконання контрольної роботи.

## 2. ПРОГРАМА ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

Розподіл навчальних годин з дисципліни «Економіка та організація торгівлі» для студентів заочної форми навчання за темами та видами занять наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Розподіл навчальних годин дисципліни «Економіка та організація торгівлі» за темами та видами занять

№	Тема	Кількість годин				
		лекції	практичні заняття	лабораторні роботи	самостійна робота	усього
1	Організаційні основи торговельної діяльності	1			9	10
2	Оптові торгові підприємства	1			9	10
3	Роздрібна торгівля як основний посередник між виробництвом і споживачем	1		4	9	14
4	Товарний ринок та його основні елементи	1			9	10
5	Особливості ціноутворення в торгівлі	1			9	10
6	Товарообіг як найважливіший показник діяльності торгового підприємства	2	1		9	12
7	Товарне забезпечення в сфері обігу	1	1		8	10
8	Матеріально-технічна база торгівлі	1			9	10
9	Торговий персонал	1			9	10
10	Витрати обігу торгових підприємств	1	1		10	12
11	Прибуток та рентабельність торгового підприємства	1	1		10	12
	Всього	12	4	4	100	120

Нижче наводиться робоча програма та методичні вказівки до вивчення окремих тем дисципліни.

## **Тема 1. Організаційні основи торговельної діяльності**

### **Питання навчальної програми**

Поняття і сутність організації торгівлі. Поняття технології торгівлі. Класифікація та функції торгових підприємств.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – систематизація загальних теоретичних уявлень про сутність торгівлі та торговельної діяльності.

Торгівля – особлива діяльність, пов'язана із здійсненням актів купівлі-продажу, вона являє собою сукупність специфічних, технологічних та господарських операцій, які направлені на обслуговування процесу обміну. Це форма товарного обігу, яка здійснюється при посередництві грошей.

Предметом торговельної діяльності є: сукупність відносин, які виникають у процесі просування товарів від виробників до споживачів; механізм та форми прояву економічних законів розвитку суспільства у сфері обігу в умовах обмеженості ресурсів та конкуренції за їх використання; сутність, закономірність та принципи функціонування господарського механізму суб'єктів товаровиробничої мережі, які здійснюють діяльність виходячи з потреб та рівня розвитку суспільства.

Основна функція торгівлі – реалізація (продаж) товару споживачам – супроводжується перетворенням товарної форми вартості в грошову.

Існують три організаційні форми торгівлі: державна, кооперативна (колективна) і приватна.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які характерні відмінності торгівлі, що відрізняють її від інших галузей економіки?
2. У чому полягає сутність торгівлі з точки зору підприємництва?
3. Якими показниками характеризується торгівля як галузь господарювання?
4. У чому полягає соціально-економічна сутність внутрішньої торгівлі?
5. Як можна охарактеризувати сучасні тенденції в розвитку внутрішньої



торгівлі України?

6. Перелічите функції торгівлі, які характеризують спрямованість на споживачів.

**Рекомендована література: [3-5].**

## **Тема 2. Оптові торгові підприємства**

### **Питання навчальної програми**

Типи оптових підприємств. Поняття «посередницька діяльність», «оптовий посередник». Класифікація і характеристика видів оптових підприємств. Послуги оптових підприємств. Форми оптової реалізації товарів. Стан організації оптового ринку споживчих товарів і послуг в Україні та у країнах з розвинутою ринковою економікою. Основні напрями реформування оптової ланки в Україні.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – ознайомлення з організацією діяльності оптових торговельних підприємств.

Оптова торгівля – діяльність, пов'язана з продажем товарів та послуг для їх подальшого перепродажу або комерційного використання.

Підприємства оптової торгівлі можна класифікувати за такими ознаками: функціональним рівнем; організаційно-правовою формою; формою власності і належністю; місцем і роллю в товаропросуванні; їх товарною спеціалізацією.

Оптова торгівля в даний час має наступні основні форми: транзитна (оптова база продає товари кінцевому користувачу без завезення на свої склади); складська (реалізація товарів здійснюється безпосередньо зі своїх складів).

Оптова діяльність може здійснюватися у трьох основних організаційних формах: через оптові підрозділи фірм-виробників (при використанні прямих каналів збуту); через незалежних оптових посередників; через залежних оптових посередників.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що являє собою оптова форма торгівлі?
2. Назвіть принципи здійснення оптової торгівлі.

3. Які основні види оптової торгівлі існують?
4. Назвіть функції оптової торгівлі по відношенню до постачальників товарів.
5. Для чого існують посередницькі оптові структури?
6. Розкрийте сутність дрібнооптової торгівлі.

**Рекомендована література: [2, 8, 9].**

### **Тема 3. Роздрібна торгівля як основний посередник між виробництвом і споживачем**

#### **Питання навчальної програми**

Природа та значення роздрібною торгівлі. Класифікація роздрібних торговельних підприємств, їх характеристика і роль у торговельному обслуговуванні покупців. Основні торговельні та технологічні функції магазинів. Сутність і значення спеціалізації підприємств роздрібною торгівлі. Види магазинів з урахуванням їх товарної спеціалізації. Класифікація форм роздрібного продажу товарів. Фактори, які впливають на вибір форм роздрібного продажу товарів.

#### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – ознайомлення з організацією діяльності роздрібних торговельних підприємств.

Роздрібна торгівля – це будь-яка діяльність з продажу товару або послуги для особистого, тобто некомерційного, використання безпосередньо споживачами, яка, на відміну від оптової мережі, характеризується великою територіальною роз'єднаністю та роздрібненістю.

Роздрібна торгівля виконує наступні функції: сортування товарів; інформування споживачів через рекламу, вітрини і написи, а також персонал; зберігання, розміщення товарів та встановлення на них цін; оплату товарів; завершення операції купівлі-продажу.

Підприємства роздрібною торгівлі класифікують: за особливостями пристрою (магазини, павільйони, кіоски, намети, автомагазини); за видами (універсальні, спеціалізовані магазини, магазини з комбінованим і змішаним

асортиментом); за торговою площею та формами торговельного обслуговування покупців (універмаги, універсами, магазин «Продукти» тощо); за формами обслуговування (салонне, індивідуальне через прилавок або продавцем-консультантом в магазині самообслуговування); за функціональними особливостями (стаціонарні, пересувні, сезонні, посилкові і комісійні) тощо.

Одним із шляхів розвитку роздрібної торговельної мережі є її раціональна спеціалізація і типізація. У сучасних умовах спеціалізація може розвиватися за двома напрямками: на основі товарно-групової ознаки товарів (взуття, одяг, тканини, меблі тощо) і на основі споживчого попиту на окремі комплекси товарів (товари для дітей, товари для будинку, товари для спорту тощо.).

### **Питання для самоконтролю**

1. Що являє собою роздрібна форма торгівлі?
2. Назвіть складові елементи роздрібної торговельної мережі.
3. Які торгові функції виконуються роздрібними торговельними підприємствами?
4. Які ознаки покладені в основу класифікації роздрібних торговельних підприємств?
5. Назвіть основні принципи раціонального розміщення роздрібних торговельних підприємств.
6. Які елементи відрізняють торговий центр від інших підприємств роздрібної торгівлі?

**Рекомендована література: [6, 10, 11].**

### **Тема 4. Товарний ринок та його основні елементи**

#### **Питання навчальної програми**

Поняття, економічний зміст та класифікація ринків. Особливості товарного ринку. Параметри та атрибути товарного ринку. Форми і методи регулювання товарного ринку. Сутність інфраструктури товарного ринку. Елементи інфраструктури товарного ринку. Функції інфраструктури. Макроекономічні показники ринкової інфраструктури: види й класифікація.

## **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – засвоєння показників діяльності товарного ринку.

Товарний ринок – це сфера товарного обміну, де виявляються відносини з приводу купівлі-продажу товарів. Складовими елементами товарного ринку є: товарна пропозиція (асортимент і маса товарів, які пропонуються до реалізації. Основні джерела товарної пропозиції: виробництво товарів в країні, товарні запаси та імпорتنі закупівлі); попит споживачів (платоспроможна потреба населення країни); ціна товару (грошове вираження його вартості).

До основних показників функціонування товарного ринку відносять: місткість ринку; динаміку розвитку окремих галузевих товарних ринків, які складають єдиний товарний ринок країни; ступінь диверсифікованості товарного ринку; якість товару, який реалізується на ринку; конкурентоспроможність товарів на ринку.

Інфраструктура товарного ринку – це сукупність організаційно-економічного, технічного, технологічного і нормативно-правового потенціалу економіки, закладеного у вирішальні можливості окремих галузей і видів діяльності з надання сфері обігу необхідного набору послуг для підвищення результативності товарообмінних операцій.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке інфраструктура товарного ринку?
2. Які елементи інфраструктури товарного ринку існують?
3. Охарактеризуйте функції, які виконує інфраструктура товарного ринку.
4. Які тенденції намітилися в розвитку підприємств торгівлі?
5. Які особливості формування споживчого ринку?
6. Що таке «ринкова рівновага»?

**Рекомендована література: [4, 5, 7].**

## **Тема 5. Особливості ціноутворення в торгівлі**

### **Питання навчальної програми**

Ціна на споживчі товари. Теорії ціноутворення. Види цін. Якість товару і

його ціна. Торгова націнка як компонент ціни. Аналіз реалізованого накладення. Економічне обґрунтування торговельних надбавок на планований рік. Державне регулювання ціноутворення.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – засвоєння сутності цінової політики торговельного підприємства, стратегії ціноутворення та її реалізації.

Цінова політика підприємства визначає рівень цін на товари та послуги, які реалізуються підприємством. Розробці цінової стратегії передуює аналіз зовнішніх факторів, особливо типів ринку, стану попиту, цінової еластичності.

У залежності від визначеної мети можуть бути застосовані наступні методи ціноутворення: орієнтований на попит з урахуванням витрат; на основі аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку; на основі закритих торгів та інші. Важливим моментом при формуванні ціни є врахування стадії життєвого циклу, зв'язку ціни з якістю товару, його конкурентоспроможності. Крім того, слід враховувати можливе державне регулювання цін.

Основними факторами, які впливають на рівень цін в торгівлі, є: непрямі податки, витрати на виробництво товарів, витрати на продаж (включаючи транспортування товарів від постачальників до місць їх продажу) і прибуток від реалізації товарів. Усі ці елементи оплачуються споживачем за умови відповідності товарної пропозиції купівельному попиту.

### **Питання для самоконтролю**

1. Поясніть сутність стратегічного ціноутворення в торгівлі.
2. Які підходи використовуються у встановленні цін на споживчі товари?
3. Наведіть методи ціноутворення в торгівлі.
4. Як виконується аналіз цін на товари конкурентів?
5. З яких елементів складається продажна ціна в торгівлі?
6. Для чого розраховують економічне обґрунтування націнок в торгівлі?

**Рекомендована література: [2, 3, 12].**

## **Тема 6. Товарообіг як найважливіший показник діяльності торгового підприємства**

### **Питання навчальної програми**

Поняття, склад і види товарообігу. Роль товарообігу у формуванні фінансових результатів діяльності підприємства. Дохід підприємства: поняття, структура, класифікація. Асортимент та номенклатура. Облік продажів. Аналіз роздрібного товарообігу. Аналіз оптового товарообігу. Планування загального обсягу товарообігу. Планування структури товарообігу. Оцінка якості плану товарообігу.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – засвоєння сутності та видів товарообігу, методики аналізу та планування показників товарообігу.

Товарообіг – продаж товарів масового споживання та надання платних торговельних послуг населенню для задоволення особистих потреб в обмін на його грошові доходи, або іншим підприємствам – для подальшої переробки чи продажу. Товарообіг характеризується наявністю одночасно двох ознак: об'єкта обміну та продажу як форми просування. Дуалістичний характер товарообігу виявляється в тому, що, з одного боку, він одночасно відбиває обсяг проданої (купленої) товарної маси і, відповідно, масштаб торговельної діяльності, а з іншого – розмір грошової виручки торгівлі, тобто товарообіг поєднує в собі економічні та фінансові аспекти торговельного процесу.

Залежно від специфіки операцій купівлі-продажу товарів і складу товарообігу підприємства виділяють його наступні види: роздрібний товарообіг (обсяг продажу безпосередньо населенню споживчих товарів для особистого використання); гуртовий товарообіг (сукупний обсяг продажу товарів виробничими або торгівельними підприємствами); торговельно-посередницький товарообіг (обсяг посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів роздрібним або гуртовим покупцям (наприклад, оборот на біржових ринках).

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення товарообігу як економічної категорії та економічного

показника.

2. Перелічіть класифікаційні ознаки видів та форм товарообігу торговельного підприємства.

3. Дайте визначення оптового товарообігу і характеристику його видів.

4. Дайте характеристику роздрібного товарообігу за організаційними формами продажу та за складом кінцевих споживачів.

5. Які методи використовують при плануванні товарообігу?

6. Які фактори визначають обсяг, структуру та перспективи розвитку товарообігу?

**Рекомендована література: [1-3, 13].**

## **Тема 7. Товарне забезпечення в сфері обігу**

### **Питання навчальної програми**

Товарні запаси і їх вимір. Моделі формування величини товарних запасів. Облік товарних запасів. Аналіз надходження товарів і ефективності використання товарних запасів. Нормування товарних запасів. Планування товарних запасів та товарного забезпечення.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – засвоєння сутності, видів та змісту політики планування товарних запасів, показників і шляхів поліпшення використання.

Забезпечення безперервності процесу реалізації товарів та обслуговування покупців потребує створення на торговельному підприємстві певного обсягу товарних запасів. Товарний запас – маса товарів, призначена для наступного продажу, яка знаходиться в сфері обігу в процесі переміщення від виробника до споживача.

Для визначення потреби в запасах застосовують два принципово різних підходи: розрахунок при виникненні потреби в запасах та розрахунок на основі даних про витрату запасів. На основі таких підходів застосовуються три методи визначення потреби в запасах: детермінований, стохастичний і евристичний. Також можуть застосовуватися такі методи: екстраполяція динамічних рядів продажу товарів; використання коефіцієнта еластичності; нормативний метод;

балансовий метод; економіко-математичне моделювання тощо.

Існує ряд методів нормування товарних запасів: дослідно-статистичний, техніко-економічний, нормативний і економіко-математичний. Застосування кожного з них залежить від наявності інформації, фахівців, бюджету коштів на нормування та інших умов.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які функції виконують товарні запаси?
2. Які управлінські завдання постають в процесі формування товарного забезпечення?
3. Які джерела формування пропозиції товарних ресурсів ви можете назвати?
4. Назвіть методи оцінки товарних запасів.
5. Визначте сутність основних етапів аналізу формування товарного забезпечення обігу торговельного підприємства.
6. Вкажіть особливості розрахунку нормативу запасів за товарами складного асортименту.

**Рекомендована література: [1-3, 13].**

## **Тема 8. Матеріально-технічна база торгівлі**

### **Питання навчальної програми**

Основні засоби – важлива складова матеріально-технічної бази торговельного підприємства. Показники, які характеризують стан основних засобів та їх використання. Модернізація і оптимальні пропорції у використанні основних засобів. Якість робочих місць як резерв ефективності матеріально-технічної бази. Аналіз основних виробничих засобів. Планування розміщення торгової мережі.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – засвоєння видів, призначення, методики аналізу та планування показників рівня та ефективності використання матеріально-технічної бази торговельного підприємства.



Торговельне підприємництво пов'язане з використанням різних засобів праці, необхідних для просування, зберігання і реалізації товарів. Засоби праці, які функціонують у сфері обігу споживчих товарів, утворюють основні засоби торговельного підприємства. Отже, основні засоби та нематеріальні активи складають матеріально-технічну базу торгівлі.

Показники стану основних засобів в торгівлі можна розділити на дві групи: показники, які характеризують якісний стан основних засобів торгівлі як галузі та ефективність їх використання (щільність торговельної мережі; забезпеченість населення торговельною мережею; рівень спеціалізації торговельної мережі; середня торговельна площа тощо); показники, які характеризують якісний стан і ефективність використання основних засобів торговельного підприємства (співвідношення торгової і неторгової площі; показник раціональної розстановки обладнання; фондівіддача тощо).

Розробка схем розвитку і розміщення роздрібної торговельної мережі базується на наступних принципах: функціональне розміщення (ступеневе або концентричне, децентралізоване або розосереджене); рівномірне розміщення; централізоване або групове розміщення.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення сутності основних засобів та їх призначення в торговельному підприємстві.
2. На які групи діляться основні засоби за характером участі у торговельному процесі?
3. Які показники використовуються при оцінці якісного стану та ефективності використання основних засобів торгового підприємства?
4. Перелічіть показники, які використовуються при оцінці якості робочих місць.
5. Які чинники впливають на розміщення торгової мережі?
6. Охарактеризуйте основні методи розміщення торгової мережі.

**Рекомендована література: [1, 3, 13].**

## **Тема 9. Торговий персонал**

### **Питання навчальної програми**

Сучасні форми трудових відносин. Оплата праці в торгівлі. Форми і системи оплати праці персоналу підприємства. Розрахунки з персоналом по нарахованій зарплаті. Аналіз витрат праці і заробітної плати. Формування витрат на оплату праці на планований рік. Чинники і резерви підвищення ефективності використання персоналу.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – вивчення основних напрямків планування чисельності торгового персоналу підприємства, показників ефективності використання трудових ресурсів та шляхів їх підвищення.

Торговий персонал – сукупність людей, безпосередньо задіяних в забезпеченні процесу торгівлі. Поняття персоналу торговельного підприємства характеризується чисельністю і складом зайнятих на ньому працівників.

Найбільш розповсюдженим показником продуктивності праці персоналу торговельного підприємства є виробіток, який визначається середнім розміром товарообігу на одного працівника. Цей показник характеризує обсяг товарообігу, реалізованого одним працівником підприємства за певний проміжок часу.

Оплата праці персоналу торговельного підприємства може здійснюватися за погодинною або відрядною формою оплати праці. Система додаткового стимулювання персоналу розробляється з метою посилення трудової мотивації працівників. Існують наступні методів мотивації: матеріальні прямі (премії, участь у прибутках, оплата навчання); матеріальні непрямі (пільгове харчування, медичне обслуговування, користування транспортом, житлом, спортивними спорудами тощо); нематеріальні (гнучкий робочий графік, участь в управлінні, грамоти, вітання із святами тощо).

Головною вимогою до системи мотивації є максимально повний облік посадових обов'язків торгового персоналу.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте характеристику персоналу торговельного підприємства.

2. На яких принципах базується процес управління персоналом торговельного підприємства?
3. Назвіть завдання аналізу праці і зарплати в торгівлі.
4. Які вимоги пред'являються до системи оплати праці в торгівлі?
5. Опишіть систему мотивації персоналу в торгівлі.
6. Які варіанти можливі для економічного обґрунтування витрат на оплату праці?

**Рекомендована література: [2, 3, 14].**

## **Тема 10. Витрати обігу торгових підприємств**

### **Питання навчальної програми**

Поняття затрат і витрат обігу торгового підприємства. Класифікація витрат обігу. Показники, які характеризують витрати обігу. Номенклатура витрат обігу та їх характеристика. Фактори, які визначають розмір витрат обігу торгового підприємства. Аналіз витрат обігу торгового підприємства. Прогнозування і планування витрат обігу торгового підприємства (за загальним обсягом і окремими статтями).

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми – вивчення поняття витрат обігу торговельного підприємства, їх класифікації, структури, показників, рівня, динаміки та шляхів зниження.

Витрати обігу у складі витрат торговельного підприємства посідають переважне місце. Вони становлять сукупність затрат живої та уречевленої праці на здійснення процесу реалізації товарів, які виражені в грошовій формі, тобто є за своєю суттю собівартістю послуг торговельного підприємства щодо доведення товарів від виробника до споживача та зміною форм вартості (перетворення товарів на гроші).

Витрати обігу як економічний показник можуть бути виміряні абсолютними і відносними величинами. Абсолютна величина характеризує сумарні (загальні) витрати обігу підприємства, пов'язані зі здійсненням певного обсягу товарообігу. До відносних показників, які характеризують витрати обігу,

належать витрати обігу в розрахунку на одиницю товарообігу та витрати обігу в розрахунку на одиницю проданих товарів у натуральному вимірі (м, тони, од.).

Обґрунтування плану витрат обігу торговельного підприємства може проводитися кількома методами: прямих техніко-економічних розрахунків; факторно-аналітичним методом; економіко-математичними методами; методами імітаційного та оптимізаційного моделювання.

### **Питання для самоконтролю**

1. Визначте економічну сутність витрат обігу торговельного підприємства.
2. Наведіть класифікацію витрат обігу за їх економічним характером, номенклатурою статей та торгово-технологічними операціями.
3. Які показники характеризують витрати обігу торговельного підприємства?
4. Охарактеризуйте порядок проведення аналізу витрат обігу.
5. Опишіть загальну модель процесу управління витратами торговельного підприємства.
6. При якому співвідношенні між граничними витратами і середніми витратами економічно виправдане збільшення товарообігу?

**Рекомендована література: [1, 3, 15].**

## **Тема 11. Прибуток та рентабельність торгового підприємства**

### **Питання навчальної програми**

Економічний зміст прибутку торгового підприємства. Принципи формування і використання прибутку торговельного підприємства. Основні напрямки аналізу прибутку і валового доходу торгового підприємства. Планування прибутку торгового підприємства. Комплексна ув'язка валового прибутку торговельного підприємства та показників, які забезпечують її досягнення. Ефективність діяльності підприємства торгівлі.

### **Методичні вказівки**

Мета вивчення теми — засвоєння сутності прибутку торгового підприємства, джерел формування, факторів і шляхів збільшення, сутності та

методики обчислення показників рентабельності.

В торгівлі, з урахуванням специфіки функцій, які виконуються, і особливостей формування доходів та витрат, прибуток визначається як різниця між доходом підприємства та його поточними витратами. Обсяг прибутку підприємства від реалізації товарів залежить від великої кількості факторів, найважливішими з яких є: обсяг товарообігу (в поточних цінах); фізична маса товарів, які реалізуються (обсяг товарообігу у співставних цінах); індекс цін реалізації товарів; рівень валового доходу; рівень витрат обігу; рівень прибутковості обігу.

Аналіз прибутковості торговельного підприємства починається з дослідження динаміки прибутку та рентабельності, оцінки факторів, які обумовлюють їх величину, а також визначення достатності прибутку для вирішення завдань виробничого та соціального розвитку підприємства. Розрахунок можливого розміру одержання прибутку може здійснюватися методом прямого розрахунку або розрахунково-аналітичним методом.

При оцінці ефективності діяльності торговельних підприємств в основному використовують потенційний і витратний підходи. Потенційний підхід застосовується для оцінки інвестиційної привабливості підприємства, для розрахунку прогностної ефективності. Для поточної оцінки ефективності діяльності торговельного підприємства застосовується витратний підхід.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке торговий прибуток?
2. Якими відносними показниками можна характеризувати прибутковість організації торгівлі?
3. Що становить собою показник рентабельності товарообігу (продажу)?
4. Яким чином розраховують вплив обсягу продажів, рівня валового доходу, витрат обігу на суму прибутку?
5. Назвіть показники, які характеризують надійність прибутку в планових розрахунках.
6. Вкажіть заходи для підвищення рентабельності торговельного підприємства.

**Рекомендована література: [1, 2, 15].**

### **3. КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ І МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ЇХ ВИКОНАННЯ**

Після вивчення теоретичного матеріалу студенту необхідно виконати контрольну роботу, яка містить наступні складові:

- 1) два теоретичних питання, зміст яких необхідно викласти конкретно та стисло (до 3 сторінок друкованого тексту за кожним питанням);
- 2) практичне завдання з організації поставок товарів для роздрібного торговця за прикладом, наведеним в даних методичних вказівках.

Контрольні роботи повинні бути виконані та оформлені у відповідності з встановленими правилами НМетАУ.

Кожен студент виконує роботу відповідно до свого варіанту, який визначається номером за списком групи. Після отримання заліку з контрольної роботи необхідно врахувати всі вказані викладачем зауваження та зробити необхідні виправлення.

#### **3.1 ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ**

1. Поняття економіки торговельного підприємства.
2. Організація торгівлі як окрема галузь знань.
3. Основні принципи організації торгівлі.
4. Торгівля як форма товарного обігу, як галузь економіки.
5. Роль торгівлі в національній та світовій економіці.
6. Теорії міжнародної торгівлі.
7. Проблеми та перспективи розвитку торговельних підприємств в Україні.
8. Роль торгівлі в період становлення ринкових відносин.
9. Споживач – центральна фігура у ринкових відносинах.
10. Основні види договорів у торгівлі.
11. Торговельні підприємства, їх види.
12. Етапи і фактори вибору організаційно-правової форми діяльності торговельного підприємства.
13. Роль магазинів у торговельному обслуговуванні покупців.
14. Основні функції магазинів.
15. Спеціалізація магазинів, її форми.
16. Типізація магазинів у сучасних умовах.

17. Принципи раціонального розміщення магазинів у містах.
18. Особливості побудови та розміщення сільської торговельної мережі.
19. Склад і взаємозв'язок приміщень у магазині.
20. Технологічне планування торговельного залу.
21. Технологія розміщення і викладання товарів у торговельному залі магазину.
22. Основні схеми технологічного процесу в магазині, їх характеристика.
23. Вибір типів і моделей торговельного обладнання і визначення його оптимального набору.
24. Система основних елементів, які визначають рівень обслуговування покупців у магазині.
25. Показники рівня культури торговельного обслуговування, методика їх визначення.
26. Класифікація і характеристика форм роздрібного продажу товарів.
27. Самообслуговування – провідна форма продажу товарів.
28. Класифікація і види позамагазинних форм роздрібного продажу товарів, їх характеристика.
29. Торгівля на ринках: види ринків, матеріально-технічна база, організація роботи і обслуговування покупців.
30. Класифікація і характеристика торговельних послуг.
31. Роль і функції оптової торгівлі в ринково-орієнтованій системі господарських відносин.
32. Стан організації оптового ринку споживчих товарів і послуг в Україні та у країнах з розвинутою ринковою економікою.
33. Основні напрями реформування оптової ланки системи торговельних відносин в Україні.
34. Типи оптових підприємств, їх класифікація і характеристика.
35. Товарні біржі: поняття, основні характеристики, класифікація.
36. Торговельні дома, їх роль у біржовій торгівлі.
37. Сутність і види аукціонів.
38. Поняття і сутність процесу товароруху.
39. Роль складів у процесі товароруху, їх класифікація.
40. Показники, які характеризують стан розвитку та ефективність використання складського господарства.
41. Вітчизняний і зарубіжний досвід розвитку складської мережі в торгівлі.

42. Принципи раціональної організації складського технологічного процесу.
43. Організація і технологія розміщення, укладання і зберігання товарів на складах.
44. Формування товарного асортименту на підприємствах оптової торгівлі.
45. Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі.
46. Вітчизняний і зарубіжний досвід виробництва тари і пакувальних матеріалів, їх повторного використання, переробки та утилізації.
47. Аналіз стану та ефективності використання основних засобів торговельного підприємства.
48. Характеристика основних транспортних засобів при перевезенні товарів.
49. Класифікація і характеристика персоналу торговельного підприємства.
50. Управління чисельністю і складом персоналу на торговельному підприємстві.
51. Сутність та значення товарообігу підприємства як показника господарської діяльності торговельного підприємства.
52. Класифікаційні ознаки видів та форм товарообігу торговельного підприємства.
53. Оцінка критичних обсягів діяльності торговельного підприємства.
54. Економічний зміст товарних ресурсів та товарних запасів торговельного підприємства.
54. Характеристика товарних запасів за різними класифікаційними ознаками.
55. Сутність, призначення, принципи та методи розробки нормативів товарних запасів.
56. Економічна сутність, склад та джерела утворення доходів торговельного підприємства.
57. Економічна природа поточних витрат торговельного підприємства, їх класифікація та складові.
58. Фактори, які обумовлюють обсяг та рівень поточних витрат торговельного підприємства.
59. Сутність, функції та значення прибутку торговельного підприємства.
60. Системи оподаткування торговельного підприємства. Аналіз та планування податкових платежів.



### 3.2 ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Потрібно визначити варіант зберігання і транспортування товарів, при якому витрати будуть найменшими. Тривалість періоду, який розглядається, – тиждень (7 днів). Розглянути варіанти при кількості замовлень: 7, 6, 5, 4, 3 і 2.

Загальні витрати на збереження і транспортування товарів на стадії розподілу товарів визначають за формулою:

$$B_{\text{заг}} = B_{\text{збер}}^{\text{вир}} + B_{\text{з}} + B_{\text{тр}} + B_{\text{збер}}^{\text{роз}}, \quad (3.1)$$

де  $B_{\text{збер}}^{\text{вир}}, B_{\text{збер}}^{\text{роз}}$  – відповідно витрати на збереження продукції у виробника і роздрібного торговця, грн;

$B_{\text{з}}$  – витрати на виконання замовлення, грн;

$B_{\text{тр}}$  – витрати на транспортування товарів від виробника до роздрібного торговця, грн.

Витрати на збереження продукції у виробника і роздрібного торговця визначають за наступними формулами:

$$B_{\text{збер}}^{\text{вир}} = Q_{\text{збер}}^{\text{вир}} \times t_{\text{збер}}^{\text{вир}} \times t_{1\text{м}}^{\text{вир}}, \quad (3.2)$$

$$B_{\text{збер}}^{\text{роз}} = Q_{\text{збер}}^{\text{роз}} \times t_{\text{збер}}^{\text{роз}} \times t_{1\text{м}}^{\text{роз}}, \quad (3.3)$$

де  $Q_{\text{збер}}^{\text{вир}}, Q_{\text{збер}}^{\text{роз}}$  – обсяг збереження товарів за період, який розглядається, відповідно у виробника і роздрібного торговця, т;

$t_{\text{збер}}^{\text{вир}}, t_{\text{збер}}^{\text{роз}}$  – час збереження однієї тони товарів за період, який розглядається, відповідно у виробника і роздрібного торговця, діб;

$t_{1\text{м}}^{\text{вир}}, t_{1\text{м}}^{\text{роз}}$  – вартість збереження однієї тони товару протягом однієї доби відповідно у виробника і роздрібного торговця, грн/т/добу.

Витрати на виконання замовлення визначають за формулою:

$$B_{\text{з}} = K \times n, \quad (3.4)$$

де  $K$  – вартість виконання одного замовлення, грн;

$n$  – кількість замовлень за період, який розглядається, визначається за формулою:

$$n = \frac{Q}{S}, \quad (3.5)$$

де  $Q$  – обсяг товарів, що замовляється роздрібним торговцем за період, який розглядається, т;

$S$  – обсяг одного замовлення, т.

Витрати на транспортування товарів визначають за наступною формулою:

$$B_{mp} = (1,6 \times S + 13,5 \times C_m) \times n, \quad (3.6)$$

де  $C_m$  – вартість 1л палива, грн.

#### Приклад розрахунку

Обсяг добової потреби товарів для роздрібного торговця – 3 т.

Вартість збереження однієї тони товару протягом однієї доби у виробника – 200 грн/т/добу.

Вартість збереження однієї тони товару протягом однієї доби у роздрібного торговця – 300 грн/т/добу.

Вартість виконання одного замовлення – 500 грн.

Вартість 1 л палива – 20 грн.

Перший варіант. Кількість замовлень складає:  $n = 7$  (кожний день замовляється обсяг, який дорівнює добовій потребі товарів для роздрібного торговця). Як результат,  $S = 3t$ .

Обсяг товарів, який замовляється роздрібним торговцем за період, що розглядається (за формулою 3.5):

$$Q = 7 \times 3 = 21t.$$

На рисунку 3.1 наведено графік зберігання товарів у виробника і у роздрібного торговця.

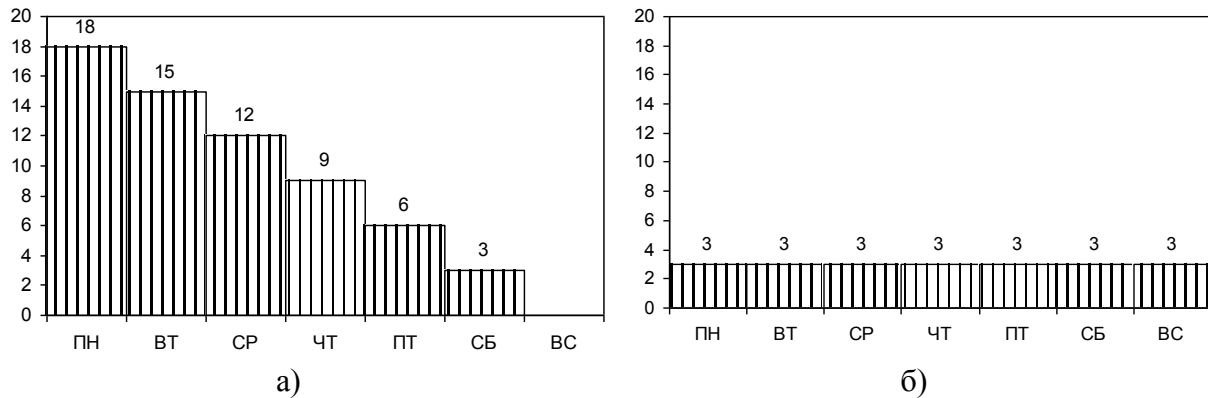


Рисунок 3.1 – Графік збереження товарів у виробника (а) і у роздрібного торговця (б) (при кількості замовлень 7)

Користуючись даними графіка, який наведено на рисунку 3.1:

$$Q_{збер}^{вир} \times t_{збер}^{вир} = 18 + 15 + 12 + 9 + 6 + 3 = 63m \cdot \text{добу};$$

$$Q_{збер}^{роз} \times t_{збер}^{роз} = 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 = 21m \cdot \text{добу}.$$

Витрати на збереження:

$$B_{збер}^{вир} = 63 \times 200 = 12600 \text{ грн};$$

$$B_{збер}^{роз} = 21 \times 300 = 6300 \text{ грн}.$$

Витрати на виконання замовлення:

$$B_з = 500 \times 7 = 3500 \text{ грн}.$$

Витрати на транспортування:

$$B_{тр} = (1,6 \times 3 + 13,5 \times 20) \times 7 = 1923,6 \text{ грн}.$$

Загальні витрати при першому варіанті:

$$B_{заг} = 12600 + 3500 + 1923,6 + 6300 = 24323,6 \text{ грн.}$$

Другий варіант. Кількість замовлень складає  $n = 6$ .

Обсяг одного замовлення (за формулою (3.5):

$$S = \frac{21}{6} = 3,5m.$$

На рисунку 3.2 наведено графік збереження товарів у виробника і у роздрібного торговця при другому варіанті.

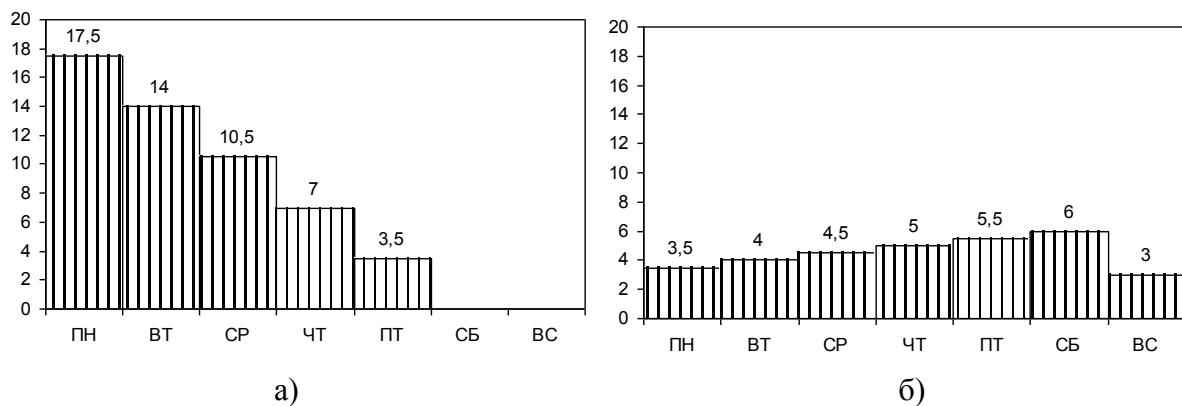


Рисунок 3.2 – Графік збереження товарів у виробника (а) і у роздрібного торговця (б) (при кількості замовлень 6)

Користуючись даними графіка, який наведено на рисунку 3.2:

$$Q_{збер}^{вир} \times t_{збер}^{вир} = 17,5 + 14 + 10,5 + 7 + 3,5 = 52,5m \cdot \text{добу};$$

$$Q_{збер}^{роз} \times t_{збер}^{роз} = 3,5 + 4 + 4,5 + 5 + 5,5 + 6 + 3 = 31,5m \cdot \text{добу}.$$

Витрати на збереження:

$$B_{збер}^{вир} = 52,5 \times 200 = 10500 \text{ грн};$$

$$B_{збер}^{роз} = 31,5 \times 300 = 9450 \text{ грн}.$$

Витрати на виконання замовлення:

$$B_3 = 500 \times 6 = 3000 \text{ грн.}$$

Витрати на транспортування:

$$B_{тр} = (1,6 \times 3,5 + 13,5 \times 20) \times 6 = 1653,6 \text{ грн.}$$

Загальні витрати при другому варіанті:

$$B_{заг} = 10500 + 3000 + 1653,6 + 9450 = 24603,6 \text{ грн.}$$

Третій варіант. Кількість замовлень складає:  $n = 5$ .

Обсяг одного замовлення:

$$S = \frac{21}{5} = 4,2 \text{ т.}$$

На рисунку 3.3 наведено графік збереження товарів у виробника і у роздрібного торговця при третьому варіанті.

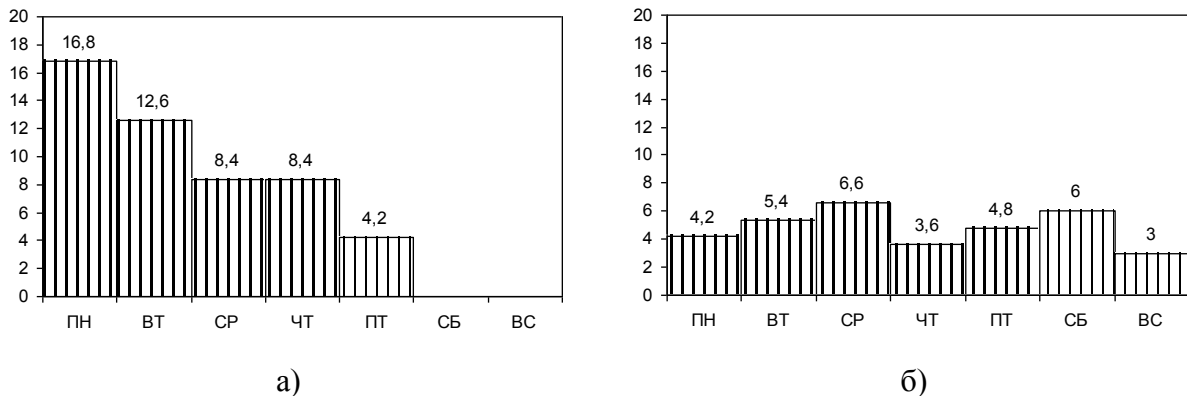


Рисунок 3.3 – Графік збереження товарів у виробника (а) і у роздрібного торговця (б) (при кількості замовлень 5)

Користуючись даними графіка, який наведено на рисунку 3.3:

$$Q_{збер}^{вир} \times t_{збер}^{вир} = 16,8 + 12,6 + 8,4 + 8,4 + 4,2 = 50,4 \text{ т} \cdot \text{добу};$$

$$Q_{збер}^{роз} \times t_{збер}^{роз} = 4,2 + 5,4 + 6,6 + 3,6 + 4,8 + 6 + 3 = 33,6 \text{ т} \cdot \text{добу}.$$

Витрати на збереження:

$$B_{збер}^{вир} = 50,4 \times 200 = 10080 \text{ грн};$$

$$B_{збер}^{роз} = 33,6 \times 300 = 10080 \text{ грн}.$$

Витрати на виконання замовлення:

$$B_3 = 500 \times 5 = 2500 \text{ грн}.$$

Витрати на транспортування:

$$B_{тр} = (1,6 \times 4,2 + 13,5 \times 20) \times 5 = 1383,6 \text{ грн}.$$

Загальні витрати при третьому варіанті:

$$B_{заг} = 10080 + 2500 + 1383,6 + 10080 = 24043,6 \text{ грн}.$$

Аналогічно проводять розрахунки для кількості замовлень  $n = 4$ ,  $n = 3$ ,  $n = 2$ . Студент самостійно обирає дні тижня, коли здійснюється постачання. Результати розрахунків зводять до таблиці (приклад, табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Результати розрахунку витрат

Кількість замовлень	Обсяг замовлення, т	Витрати, грн				
		на збереження у виробника	на замовлення	на транспортування	на збереження у роздрібного торговця	загальні
7	3	12600	3500	1923,6	6300	24323,6
6	3,5	10500	3000	1653,6	9450	24603,6
5	4,2	10080	2500	1383,6	10080	24043,6
4	5,25					
3	7					
2	10,5					

На підставі даних таблиці 3.1 зробити висновки про найбільш вигідний варіант розподілу товарів (визначити обсяг замовлення).

У роботі представити графіки збереження товарів у виробника і роздрібного торговця для всіх варіантів, які розглядалися.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: підручник. Київ: Хрещатик, 1999. 800 с.
2. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. Організація торгівлі: підручник; 2-ге вид., перероб. та доп. / за редакцією В.В. Апопія. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 616 с.
3. Марцин В.С. Економіка торгівлі: підручник. Київ: Знання, 2008. 603 с.
4. Торговый менеджмент: учебный курс. Киев: Эльга, 2004. 488 с.
5. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: методичні і організаційні аспекти управління. Київ: Логос, 1998. 150 с.
6. Леви М., Вейтц Б. А. Основы розничной торговли: пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 448 с.
7. Торговое дело: экономика и организация: учебник / под общ. ред. Л.А. Брагина, Т.П. Данько. Москва: ИНФРА-М, 1997. 256 с.
8. Даненбург В., Монкраф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли. Санкт-Петербург: Нева-Ладого-Онега, 1993. 212 с.
9. Голошубова Н.О., Мазаракі А.А., Коваленко Л.П. Складське господарство оптової торгівлі: навчальний посібник. Київ: Вища школа, 1994. 195 с.
10. Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник. Москва: Маркетинг, 1998. 320 с.
11. Кумок С.И. Внемагазинная розничная торговля: Новые формы продажи. Москва, 1995. 210 с.
12. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. 2-е изд. Москва: Вильямс, 1999. 1152 с.
13. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / под общ. ред. А.Н. Соломатина. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 560 с.
14. Задорожний В.К., Черепанов С.Ю., Власенко А.А. Організація праці робітників у оптовій торгівлі. Київ: Техніка, 1990. 139 с.
15. Абрютина М.С. Экономический анализ торговой деятельности: учебное пособие. Москва: «Дело и Сервис», 2000. 455 с.

## ДОДАТОК А

### Варіанти для теоретичного питання

№ варіанта	Номери теоретичних питань	№ варіанта	Номери теоретичних питань	№ варіанта	Номери теоретичних питань
1	1, 31	11	11, 51	21	21, 41
2	2, 32	12	12, 52	22	22, 42
3	3, 33	13	13, 53	23	23, 43
4	4, 34	14	14, 54	24	24, 44
5	5, 35	15	15, 55	25	25, 45
6	6, 36	16	16, 56	26	26, 46
7	7, 37	17	17, 57	27	27, 47
8	8, 38	18	18, 58	28	28, 48
9	9, 39	19	19, 59	29	29, 49
10	10, 40	20	20, 60	30	30, 50



## ДОДАТОК Б

### Вихідні дані для виконання практичного завдання

Назва показника	Розмірність	№ варіанта														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Вартість зберігання однієї тонни товару протягом однієї доби у роздрібного торговця	грн/т·добу	300	250	150	260	190	290	330	270	280	170	200	150	350	160	180
Вартість виконання одного замовлення	грн	600	630	700	550	580	720	800	850	750	800	500	530	600	450	480
Обсяг добової потреби для роздрібного торговця	т	1,3	2,5	1,6	2,4	2,8	1,2	2,3	3,2	1,6	2,9	2,3	3,5	2,6	1,4	3,8
Вартість збереження однієї тонни товару протягом однієї доби у виробника	грн/т·добу	230	190	220	210	205	210	280	200	190	140	130	90	220	110	165
Вартість 1л палива	грн	25	26	21	32	33	25	30	24	22	21	15	16	23	27	28

Назва показника	Розмірність	№ варіанта														
		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Вартість зберігання однієї тонни товару протягом однієї доби у роздрібного торговця	грн/т·добу	190	230	170	180	160	200	150	350	160	120	190	230	170	180	100
Вартість виконання одного замовлення	грн	620	700	750	650	690	500	530	600	450	480	620	700	750	650	90
Обсяг добової потреби для роздрібного торговця	т	2,2	3,3	4,2	2,6	1,9	1,3	2,5	1,6	2,4	2,8	1,2	2,3	3,2	1,6	2,9
Вартість збереження однієї тонни товару протягом однієї доби у виробника	грн/т·добу	110	180	100	90	230	230	190	320	210	150	210	280	200	170	140
Вартість 1л палива	грн	15	20	24	17	19	25	26	21	32	29	25	30	20	22	21

