

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до проведення семінарських занять
та самостійної роботи з дисципліни «Інфраструктура
товарного ринку» для здобувачів вищої освіти
спеціальностей 075 «Маркетинг» (освітня програма
«Маркетинг») освітнього ступеня «Бакалавр»
всіх форм навчання

2024

Методичні вказівки до проведення семінарських занять та самостійної роботи з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»), освітнього ступеня «Бакалавр» всіх форм навчання/ Укл. проф., д.е.н. В.В. Лифар. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. 36 с.

Укладач: В.В. Лифар, д.е.н., професор кафедри «Маркетинг та логістика»

Затверджено
на засіданні кафедри «Маркетинг та логістика»
протокол № 11 від 27.06.2024 р.

Затверджено на засіданні
НМК ФБТЕ НУ «Запорізька політехніка»
протокол № 2 від 29.08. 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
2 ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
3 ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	10
4 МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	20
4.1 Методичні вказівки до проведення семінарських занять	20
4.2 Методичні вказівки до виконання самостійної роботи студентів	20
5 ФОРМИ КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ	21
5.1 Контрольні питання з дисципліни.....	21
5.2 Контрольні роботи для студентів заочної форми навчання ...	23
5.3 Критерії оцінювання.....	31
6 СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	33
ДОДАТОК А Приклад оформлення титульного листа контрольної роботи.....	35
ДОДАТОК Б Структура контрольної роботи (приклад змісту).....	36

ВСТУП

Робочу програму з вивчення фахової дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» складено відповідно до місця і значення дисципліни в структурно-логічній схемі, що передбачена освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»).

Мета викладання дисципліни: засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, забезпечення достатнього рівня компетентностей у прийнятті оптимальних управлінських рішень з питань взаємодії суб'єктів підприємництва з елементами ринкової інфраструктури; управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживача.

Предмет: діяльність суб'єктів інфраструктури товарного ринку щодо забезпечення ефективного функціонування сфери обігу.

Завдання: надання знань щодо сутності інфраструктури товарного ринку та її ролі у ринковій економіці, вивчення існуючих елементів ринкової інфраструктури, особливостей їх функціонування та впливу на суб'єкти підприємництва, організації та планування діяльності інфраструктурних підприємств на ринку, системи показників інфраструктури товарного ринку та методи їх розрахунку.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати:*

структуру та класифікацію товарних ринків;

сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці;

функції і характеристику елементів інфраструктури товарного ринку;

принципи та особливості діяльності підприємств оптової і роздрібної торгівлі, торгово-посередницьких структур, лізингових, інформаційних та організаційно-комерційних компаній;

основи транспортно-експедиційної діяльності та біржової торгівлі;

особливості організації персонального продажу на товарному ринку;

систему показників оцінки та стану інфраструктури товарного ринку

вміти:

виявляти та організовувати взаємодію елементів інфраструктури товарного ринку;

визначати оптимальну поведінку підприємства на конкретних товарних ринках;

здійснювати вибір між об'єктами інфраструктури ринку для цілей господарської діяльності;

здійснювати аналіз показників інфраструктури із застосуванням сучасного інструментарію.

1 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Структуру навчальної дисципліни наведено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 - Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.												
Тема 1. Сучасна характеристика товарного ринку	9	2	2			5	5					5
Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку	9	2	2			5	6	1				5
Тема 3. Макроорганізація оптової торгівлі	7	2	-			5	5					5
Тема 4. Підприємства оптової торгівлі	9	2	2			5	6	1				5

Тема 5. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку	9	2	2			5	6	1				5
Тема 6. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку	9	4	-			5	5					5
Разом за змістовим модулем 1	52	14	8			30	33	3				30
Змістовий модуль 2. Організаційні аспекти роботи на товарному ринку.												
Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	7	2	-			5	6					6
Тема 8. Роздрібна торгівля	11	4	2			5	9	1	2			6
Тема 9. Транспортно-експедиційна діяльність	8	2	-			6	6					6
Тема 10. Організація біржової торгівлі	9	2	2			5	7	1				6
Тема 11. Лізинг	10	2	2			6	7					7
Тема 12. Персональний продаж товарів та послуг	8	2	-			6	7	1				6
Разом за змістовим модулем 2	53	14	6			33	42	3	2			37
Контрольна							30					30

робота												
Усього годин	105	28	14			63	105	6	2		30	67

2 ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.

Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку.

Поняття, економічний зміст та класифікація ринків. Основні функції та особливості товарного ринку. Суб'єкти й предмет товарного ринку. Ознаки класифікації товарних ринків. Особливості дослідження товарних ринків. Параметри та атрибути товарного ринку. Класифікація товарів як головного атрибуту товарного ринку. Механізм функціонування товарного ринку. Форми й методи регулювання товарного ринку. Характеристика товарного ринку на сучасному етапі розвитку ринкової економіки.

Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку.

Генезис поняття «інфраструктура». Сутність інфраструктури товарного ринку та її місце в ринковій системі. Елементи інфраструктури товарного ринку та їх характеристика. Роль і функції інфраструктури товарного ринку. Показники ринкової інфраструктури: види й класифікація. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.

Тема 3. Макроорганізація оптової торгівлі.

Сутність та місце оптової торгівлі в ринковому процесі. Функції оптової торгівлі. Форми та рівні організації оптової торгівлі. Характеристика основних видів оптової торгівлі. Методи оптового продажу товарів, особливості кожного з методів. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Особливості оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення.

Тема 4. Підприємства оптової торгівлі.

Види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Основні види оптових посередників та їх характеристики.

Організація оптової закупівлі товарів. Оптовий продаж товарів. Формування асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі. Послуги підприємств оптової торгівлі. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі та методи визначення їх ефективності.

Тема 5. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку.

Сутність, основні принципи торговельно-посередницької діяльності. Суб'єкти, предмет і продукти посередницької діяльності. Види та форми торговельно-посередницької діяльності, ознаки класифікації. Головні задачі та функції торговельно-посередницької діяльності. Поняття товарообміну. Збутові мережі та канали розподілу. Їх загальна класифікація. Ціни на продукцію торговельно-посередницької діяльності.

Тема 6. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.

Форми організації посередницької діяльності: законодавчі аспекти роботи посередників на товарному ринку. Види угод та відповідальність сторін при посередницькій діяльності у сфері товарообігу. Місце маркетингових посередників у системі розподілу продукції. Основні типи посередників та особливості їх роботи на товарному ринку. Обґрунтування рішення щодо вибору посередників. Організація роботи посередників. Винагорода й мотивація посередників.

Змістовий модуль 2. Організаційні аспекти роботи на товарному ринку.

Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.

Сутність та призначення інформаційної й організаційно-комерційної діяльності. Інформаційні продукти і послуги. Організаційно-комерційні послуги: види, організація надання. Місце та роль інформаційно-консультаційних центрів на товарному ринку. Завдання та функції маркетингово-збутових центрів. Ефективність інформаційних та організаційно-комерційних послуг.

Тема 8. Роздрібна торгівля.

Сутність та особливості роздрібною торгівлі у системі маркетингу. Функції роздрібною торгівлі. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі. Види і типи роздрібних

торговельних підприємств. Склад та структура роздрібного товарообігу. Основні принципи розміщення роздрібною торговельною мережі. Маркетингові рішення роздрібною торгівлі (про товарний асортимент та комплекс послуг; про ціни; про управління товарними запасами; про рекламу). Організація завозу товарів в роздрібні торговельні підприємства.

Тема 9. Транспортно-експедиційна діяльність.

Сутність транспортно-експедиційної діяльності. Види транспорту та їх характеристики. Основні критерії вибору транспорту. Визначення витрат транспортно-експедиційної діяльності. Транспортні тарифи. Методи й маршрути транспортування вантажів.

Тема 10. Організація біржової торгівлі.

Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці. Види бірж та правові засади їхньої діяльності. Функції товарних бірж. Біржові товари. Органи управління й структурні підрозділи товарних бірж. Організація торгових операцій на біржі та їх учасники. Види біржових угод. Сутність та основні види брокерської діяльності. Роль торгових тенденцій в біржовій торгівлі. Характеристики та головні тенденції розвитку товарних бірж в Україні на сучасному етапі.

Тема 11. Лізинг.

Сутність лізингової (орендної) діяльності. Суб'єкти, об'єкт та предмет лізингової діяльності. Види лізингу й лізингових операцій. Сутність і послідовність здійснення лізингових угод. Нормативно-правова база відносин суб'єктів лізингу. Економічні засади лізингових угод.

Тема 12. Персональний продаж товарів та послуг.

Сутність, форми та відмінності персонального продажу товарів. Управління персональним продажем. Основні етапи процесу персонального продажу та їх зміст. Торгові агенти та їх функції. Вимоги, що пред'являються до торгових агентів. Залучення і відбір торгових агентів. Організація роботи торгового агента.

3 ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Семінарське заняття 1

на тему: «Сутнісна характеристика товарного ринку»

2 години

Питання для обговорення

- 1 Розкрийте особливості товарного ринку. Назвіть суб'єкти та об'єкти товарного ринку.
- 2 Критерії класифікації товарних ринків.
- 3 Параметри дослідження товарного ринку.
- 4 Критерії класифікації товарів. Рівні товару та його характеристики.
- 5 Форми та методи регулювання товарного ринку.
- 6 Види ринкових процесів на товарному ринку.

Тестові завдання

- 1 Ви – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. Які позакабінетні методи дослідження ринку Ви використовуєте як фахівець з маркетингу:
 - а) вибіркове спостереження;
 - б) суспільне спостереження;
 - в) пробні продажі товарів;
 - г) аналіз довідкової літератури.

- 2 Під структурою товарного ринку розуміють:
 - а) сукупність секторів (сегментів) товарного ринку та умов, що визначають особливості його функціонування;
 - б) оптову й роздрібну торгівлю;
 - в) закритий та відкритий сектори;
 - г) правильної відповіді немає.

Самостійна робота

Реферат на тему: «Розвиток товарного ринку: проблеми та перспективи» на прикладі будь-якого товарного ринку.

Семінарське заняття 2

на тему: «Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку»

2 години

Питання для обговорення

- 1 Поняття інфраструктури ринку та його генезис.
- 2 Інфраструктура як елемент ринкової системи. Складові елементи інфраструктури товарного ринку.
- 3 Назвіть основні функції інфраструктури ринку та поясніть значення кожної з них.
- 4 Показники оцінки товарних ринків: види й класифікація.

Тестові завдання

1 Ви – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. Оберіть маркетингову стратегію для даного підприємства.

Підприємство, що випускає легкові автомобілі, здійснює діяльність на ринку в період його скорочення. Просуваючи товар на ринок, компанія повинна основний наголос робити на:

- а) низькі ціни;
- б) стиль своїх автомобілів;
- в) цінність для споживача і практичність автомобілів;
- г) престижність придбання автомобіля.

2 Ви – економіст зі збуту. Які методи просування товару Ви порекомендуєте компанії, яка виробляє продукцію, що реалізується за високими цінами, а її споживачі мешкають конкретно в одному регіоні:

- а) рекламу;

- б) особистий продаж;
- в) паблік рилейшнз;
- г) стимулювання збуту.

Самостійна робота

Підготувати реферат на тему:

«Розвиток інфраструктури товарних ринків на сучасному етапі. Головні проблеми».

Семінарське заняття 3

на тему: «Оптова торгівля»

2 години

Питання для обговорення

- 1 Сутність і місце оптової торгівлі в ринковому процесі.
- 2 Основні види оптових посередників та їх характеристики.
- 3 Види і організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі.
- 4 Опишіть методи оптового продажу товарів. Наведіть приклади.
- 5 Особливості оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення.
- 6 Договір оптової купівлі-продажу товарів, його зміст.
- 7 Організація комерційної роботи з оптового продажу товарів.

Самостійна робота

Практичне завдання:

1 Оберіть організацію системи збуту, знаючи такі умови:

Фактори для аналізу	Найменування товару		
		Авторучка кулькова	Блузка з натур. шовку
Відношення	Стабільний	Попит різко	Попит ϵ

споживачів до товару	попит	змінюється в залежності від пори року	низьким
Ступінь новизни товару	Елементи новизни	Нова модель	Стандартна
Обсяг випуску	100 тис.шт. на місяць	200 шт. за 1 тиждень	50 тис.шт. на місяць
Собівартість продукції	5 грн.	40 грн.	2 грн.
Якість	Висока	Висока, але мають збої внаслідок постачальників ниток	Низька

2 Проаналізувати макроекономічні показники оптової торгівлі.

3 Підготувати реферат на тему:

«Організація продажу товарів на оптових ринках»;

«Розвиток оптової торгівлі в Україні».

Семінарське заняття 4

на тему: «Торговельно-посередницька та посередницька діяльність на товарному ринку»

2 години

Питання для обговорення

1 Економічна природа та сутність посередницької діяльності.

2 Назвіть суб'єкти, предмет і продукти посередницької діяльності.

3 Основні завдання та функції посередницької діяльності.

4 Основні види торговельно-посередницької діяльності.

5 Комерційні центри як найбільш прогресивна форма посередницької діяльності.

6 Формування цін на продукцію посередницької діяльності.

Самостійна робота

Практичне завдання:

1 Ви – комерційний директор акціонерного товариства закритого типу «Реалізація». Основний вид діяльності підприємства – торгово-закупівельні операції на внутрішньому українському ринку. Види товарів, умови закупок та продажу різноманітні. Обміркуйте систему просування ваших товарів. Перелік товарів і умов закупки та продажу такі:

Найменування товару	Умови закупок	Умови продажу
Плита кухонна газова стандартна	Партія 10 шт. один раз на квартал з попередньою оплатою 100% відпускної ціни	Договір з господарським магазином на 5 шт. один раз на квартал з попередньою оплатою магазином 50% договірної ціни, інші 50% – під реалізацію
Кавовий набір із кераміки на 6 осіб «Осінь»	Партія 20 сервізів один раз на місяць з попередньою оплатою в розмірі 50% відпускної ціни	Вільний продаж
Віконна рама подвійна	На складі 300 шт., придбані на деревообробному заводі	Договір з садівництвом на всю партію, виникають непорозуміння щодо ціни в наслідок низької якості рам (сира деревина)
Кукурудза в зернах	Біржова угода на постачання протягом півріччя 60 т партіями по 10 т раз на місяць	Договір на 10 т з представниками «Попкорн»
Мило господарське «Свіжість»	Проводиться маркетинговий пошук	Здійснюється маркетинговий пошук

2 Проаналізувати критерії вибору збутового каналу.

3 Підготувати реферат на тему: «Діяльність посередницьких підприємств на вітчизняному ринку».

Семінарське заняття 5

на тему: «Роздрібна торгівля»

2 години

Питання для обговорення

- 1 Сутність роздрібної торгівлі та її місце в ринковій економіці.
- 2 Класифікація та функції роздрібних торгових підприємств.
- 3 Опишіть методи роздрібного продажу товарів.
- 4 Спеціалізація й типізація магазинів.
- 5 Принципи і методи розміщення роздрібної торгової мережі.
- 6 Матеріально-технічна база магазинів:
 - а) техніко-економічні показники зданій магазинів;
 - б) види приміщень та технологічне планування;
 - в) види торгівельного обладнання.

Тестові завдання

- 1 Розробіть контакт з торговим агентом, якщо:
 - а) даний агент добре знайомий вам особисто по спільним торговим операціям;
 - б) агент незнайомий, у вас відсутня інформація щодо етики ринкової поведінки;
 - в) щодо агента мається ринкова інформація, яка підтверджує його професійну некомпетентність;
 - г) торговий агент розповсюджує також і продукцію конкурентної фірми.

- 2 Канал збуту «виробник – оптовий посередник – користувач» найчастіше вибере фірма, яка виробляє:
 - а) жувальну гумку;

- б) цигарки;
- в) автомобілі;
- г) меблі;
- д) миючі засоби.

3 Канал збуту «виробник – користувач» найчастіше вибере фірма, яка виробляє:

- а) жувальну гумку;
- б) цигарки;
- в) автомобілі;
- г) меблі;
- д) верстати та обладнання.

Самостійна робота

Практичне завдання:

1 Ви – продавець галантерейного відділу крупного універмагу. Перед Вами стоїть покупець: елегантний молодий чоловік в старому сірому костюмі, блакитній сорочці з сіро-блакитною краваткою та чорною діловою папкою в руках. Молодому чоловіку потрібні кожани осінні рукавички до його демісезонного пальто кольору мокрого асфальту. У вашому відділі – багатий вибір рукавичок. Кольори – від світло-сірого до темно-чорного. Вартість від 250 грн за пару до 1200 грн. Є рукавички з застібною, з прикрасою в виді стрілки та невеликих дірочок. Є рукавички з вовняною підбивкою. Які рукавички ви запропонуєте молодому чоловіку і чому?

2 Підготувати реферат на тему: «Розвиток роздрібної торгівлі в Україні».

Семінарське заняття 6

на тему: «Організація біржової торгівлі»

2 години

Питання для обговорення

- 1 Поняття товарної біржі, її основні характеристики та функції.
- 2 Види бірж та правові засади їхньої діяльності в Україні.
- 3 Які товари можна віднести до біржових?
- 4 Порядок створення й організація діяльності товарної біржі.
- 5 Особливості здійснення торгових операцій на біржі.
- 6 Види біржових угод.
- 7 Значення торгових домів в біржовій торгівлі.
- 8 Що ви думаєте відносно біржового потенціалу товарного ринку України?

Самостійна робота

Практичне завдання:

1 Визначте, чи є товар біржовим? Складіть таблицю з розподілом перелічених нижче товарів по графам «біржовий товар», «небіржовий товар». Поясніть свої принципи розподілу товарів.

Перелік товарів: сталь легірована в листах, зерно фуражне, меблевий гарнітур, цукровий пісок, олія вершкова, кукурудза, буряк, морква, мідь в чушках, печатна машинка електрична «Ятрань», тканина бавовняна, риба морська, легковий автомобіль «Жигулі», фотоапарат «Кодак», панчохи жіночі, лампи настільні, лимонад, набір брусу для житлового будинку.

2 Підготувати реферат на тему: «Розвиток товарних бірж в Україні».

Семінарське заняття 7

на тему: «Лізинг»

2 години

Питання для обговорення

- 1 Що таке лізинг? Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингу.
- 2 Види лізингу та лізингових операцій.
- 3 Порядок укладання лізингових угод.
- 4 Розкрийте правові та розрахункові аспекти лізингової діяльності.

Самостійна робота

Практичні завдання:

1 Акціонерне підприємство «Буфало лімітед», яке виробляє кухонні меблі, уклало з лізинговою компанією «Гудвін» лізингову угоду про передачу підприємству на 6 років в оренду кілька пресувальних станків для виготовлення фанери. Визначте річну орендну платню за лізинг обладнання, якщо вартість обладнання – 45 тис.дол., нормативний термін амортизації – 6 років, орендний відсоток – 1,5 тис.дол.

2 Компанія «Норд Стар» уклала з лізинговою компанією «Ред вінгс» лізингову угоду про передачу їй на 4 роки обладнання вартістю 10 млн. долл. Нормативний строк амортизації обладнання – 5 років. Через 4 роки після укладання угоди лізингова компанія отримала назад обладнання, частина вартості якого залишилася «неамортизованою». За якою ціною лізингова компанія буде продавати це обладнання, якщо вона збирається здійснювати продаж за його залишковою вартістю.

- 3 Підготувати реферат на тему: «Розвиток лізингу в Україні».

Самостійна робота

на тему: «Персональний продаж товарів та послуг»

Питання для обговорення

- 1 У чому полягають характерні риси персонального продажу?
- 2 Основні етапи процесу персонального продажу та їх зміст.
- 3 Види торгових агентів та їх функції.
- 4 Опишіть систему відбору торгових агентів та їх підготовку.

5 Система нагороди торгових агентів: заробітна плата чи комісійні?

6 Організація роботи торгових агентів.

7 Оцінка результатів діяльності торгового агента.

Практичні завдання:

1 На ваш погляд, основними недоліками особистого продажу є:

а) контакти в процесі особистого продажу не так добре запам'ятовуються споживачем, як рекламні повідомлення;

б) агент, що здійснює особистий продаж, не в змозі повідомити всю необхідну інформацію про товар і фірму;

в) персональний продаж – дуже дорогий засіб просування товару з точки зору витрат на один контакт;

г) персональний продаж не забезпечує негайний зворотній зв'язок;

д) персональний продаж не сумісний з іншими видами діяльності з просування товару на ринок.

2 Робота торгового агента може бути дуже тяжкою; торгові агенти знаходяться під постійним впливом – складати угоди і підтримувати певний рівень продаж. Приймавши до уваги різноманітність завдань, які ставить керівництво, скажіть чи існують способи упевнитись, що торгові агенти ефективно використовують свій робочий час?

3 Поясніть чому так багато планів нагородження служби збуту побудовано на комбінуванні окладу з премією та комісійними. Які переваги і недоліки можна знайти в премії як одного зі спонукаючих мотивів порівняно з комісійними?

4 «Продавцями народжуються, а не стають». Ви згодні з цим твердженням? Поясніть свою відповідь. Яку роль грає спеціальна підготовка в розвитку індивідуальних здібностей до торгівлі?

4 МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

4.1 Методичні вказівки до проведення семінарських занять

Основним завданням проведення практичної частини вивчення дисципліни є забезпечення засвоєння теоретичного матеріалу шляхом обговорення питань теми, тестування та виконання практичних завдань.

При проведенні семінарських занять реалізуються такі форми навчального процесу:

- усне опитування студентів з питань, які виносяться на обговорення відповідно до плану;
- рішення тестових завдань;
- програмований контроль знань студентів;
- аналіз ситуаційних та практичних завдань, що виносяться на самостійну роботу.

Для підготовки по питаннях семінарського заняття студент використовує основну та додаткову літературу, наведену у пункті 6 «Список літератури», а також матеріали, викладені на лекційних заняттях.

4.2 Методичні вказівки до виконання самостійної роботи студентів

До самостійної роботи студентів відноситься: рішення тестів, розв'язання практичних завдань.

Всі тести мають декілька відповідей, тільки одна з яких є правильною. Для рішення тестів можна користуватися лекційним матеріалом або наведеною наприкінці заняття літературою.

Для виконання практичних завдань потрібен збір маркетингової інформації, використовуючи періодичні економічні видання, статистичні видання та електронні джерела інформації, зокрема, інтернет-сайти компаній.

5 ФОРМИ КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

5.1 Контрольні питання з дисципліни

- 1 Поняття та особливості товарного ринку.
- 2 Структура і класифікація товарних ринків.
- 3 Особливості дослідження товарних ринків.
- 4 Параметри і атрибути товарного ринку.
- 5 Види та рівні товарів, характеристики товарів.
- 6 Механізм функціонування товарного ринку.
- 7 Поняття інфраструктури товарного ринку та її генезис.
- 8 Складові інфраструктури ринку та елементи інфраструктури товарного ринку.
- 9 Класифікація суб'єктів інфраструктури товарного ринку.
- 10 Роль і функції інфраструктури товарного ринку.
- 11 Розвиток інфраструктури товарних ринків, основні проблеми.
- 12 Економічна сутність, роль і функції оптової торгівлі.
- 13 Форми і рівні організації оптової торгівлі.
- 14 Макроекономічні показники оптової торгівлі.
- 15 Види оптової торгівлі.
- 16 Види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі.
- 17 Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі.
- 18 Організація оптової закупівлі товарів.
- 19 Методи оптового продажу товарів.
- 20 Показники діяльності підприємств оптової торгівлі.
- 21 Послуги підприємств оптової торгівлі.
- 22 Сутність і основні принципи торгово-посередницької діяльності.
- 23 Характеристика посередницької діяльності.
- 24 Поняття товарообміну та його форми.
- 25 Види й форми торгово-посередницької діяльності, ознаки класифікації.
- 26 Збутові мережі і канали розподілу, їх класифікація.
- 27 Ціни на продукцію торгово-посередницької діяльності.
- 28 Форми організації посередницької діяльності.

29 Види угод та відповідальність сторін при посередницькій діяльності у сфері товарообміну.

30 Місце маркетингових посередників в системі розподілу продукції.

31 Основні типи посередників та їх функції.

32 Обґрунтування рішення щодо вибору посередників.

33 Сутність і призначення інформаційної та організаційно-комерційної діяльності.

34 Інформаційні продукти і послуги.

35 Організаційно-комерційні послуги.

36 Задачі та функції інформаційно-консультаційних і маркетингово-збутових центрів.

37 Основні засоби інформаційної діяльності та специфіка їх використання.

38 Ефективність інформаційних та організаційно-комерційних послуг.

39 Сутність і форми роздрібної торгівлі.

40 Функції роздрібної торгівлі.

41 Види і типи підприємств роздрібної торгівлі.

42 Методи роздрібної торгівлі.

43 Склад та структура роздрібного товарообігу.

44 Сутність транспортно-експедиційної діяльності на товарному ринку.

45 Транспортна система та її структурні елементи.

46 Системи доставки товарів і вибір виду транспорту.

47 Сутність лізингової діяльності.

48 Види лізингу і лізингових операцій.

49 Переваги та недоліки використання лізингу.

50 Правові і розрахункові аспекти лізингової діяльності.

51 Сутність та завдання персонального продажу товарів.

52 Основні етапи процесу персонального продажу та їх зміст.

53 Торгівельні агенти, їх функції.

54 Залучення та відбір торгових агентів.

55 Організація роботи торгових агентів.

56 Роль бірж в ринковій економіці, їх класифікація.

57 Характеристика біржових товарів.

58 Органи управління і структурні підрозділи товарних бірж.

59 Види біржових угод.

60 Брокерська діяльність на товарній біржі.

5.2 Контрольні роботи для студентів заочної форми навчання

Варіант 1

1 Розкрийте складові елементи інфраструктури товарного ринку.

2 Які існують канали розповсюдження продукції?

3 Що таке торговий дім? Яку роль відіграють торгові дома в біржовій торгівлі?

4 Задача. За результатами маркетингових досліджень передбачається збільшення долі компанії на ринку з 10 до 15 %, при місткості ринку 200 млн. шт. Розрахувати додатковий прибуток компанії у наступному періоді, якщо прибуток на один виріб становить 124 грн., а місткість ринку не зміниться. Витрати на маркетингові зусилля на рік становлять 190 млн. грн.

Варіант 2

1 Види та класифікація товарних ринків.

2 Організація і техніка аукціонної торгівлі.

3 Розкрийте методи залучення та відбір торгових агентів.

4 Задача. Підприємство при реалізації продукції орієнтується на три сегменти ринку. У першому сегменті обсяг продаж в минулому періоді становив 58 млн. шт., при місткості ринку в цьому сегменті 1990 млн. шт. Передбачається, що в наступному році місткість ринку в цьому сегменті виросте на 4%, частка фірми – на 7%.

У другому сегменті частка підприємства становила 5%, обсяг продаж – 76 млн. шт. Передбачається, що місткість ринку виросте на 11%, при цьому частка підприємства в цьому сегменті виросте до 7%.

У третьому сегменті місткість ринку становила 40 млн. шт., частка підприємства – 0,15. Зміни місткості ринку не передбачається, обсяг продаж підприємства скоротиться на 1,2 млн. шт. Визначити обсяг продаж підприємства в цьому році при зазначених умовах.

Варіант 3

1 Що таке товарний ринок? Назвіть його особливості.

2 Види аукціонів, їх сутність.

3 В чому полягають функції та значення торгівлі?

4 Задача. Підприємство має наступні щомісячні показники діяльності:

Обсяг продажу, шт. – 250

Відпускна ціна, грн. – 320

Виручка від продажу, грн. – 80000

Змінні витрати, грн./шт. – 160

Постійні витрати, грн. – 22000

Менеджери підприємства невдоволені обсягом продаж та вважають доцільним зниження ціни на 10%. Передбачається, що для зростання обсягу продаж буде необхідним придбання додаткового обладнання на суму 25 000 грн.

Розрахувати:

а) необхідні зміни обсягу продаж, які будуть компенсувати зниження ціни на 10%;

б) необхідні зміни обсягу продаж, які будуть компенсувати одночасне зниження ціни на 10% та придбання додаткового обладнання на суму 25 000 грн.

Варіант 4

1 Проблеми розвитку інфраструктури товарних ринків на сучасному етапі.

2 Назвіть параметри товарного ринку та розкрийте зміст кожного з них.

3 Види біржових угод.

4 Задача. Підприємство має наступні щомісячні показники діяльності:

Обсяг продажу – 250 шт.; відпускна ціна – 320 грн.; виручка від продаж – 80000 грн.; змінні витрати – 160 грн./шт.; постійні витрати – 22000 грн. Менеджери підприємства невдоволені обсягом продаж та вважають доцільним зниження ціни на 10%. Існує можливість придбати сировину на 10 грн. дешевше. Передбачається, що для

зростання обсягу продаж буде необхідним придбання додаткового обладнання на суму 25 000 грн.

Розрахувати:

а) необхідні зміни обсягу продаж, які будуть компенсувати одночасне зниження ціни на 10% та зниження вартості сировини на 10 грн. в розрахунку на кожну одиницю продукції;

б) необхідні зміни обсягу продаж, які будуть компенсувати одночасне зниження ціни на 10%, зниження вартості сировини на 10 грн. в розрахунку на кожну одиницю продукції та придбання додаткового обладнання на суму 25 000 грн.

Варіант 5

1 Оцініть види, рівні та характеристики товарів.

2 Хто такі залежні і незалежні посередники?

3 Поясніть склад та структуру роздрібного товарообігу.

4 Задача. Взуття поступає в роздрібну торгівлю через оптового постачальника. Собівартість однієї пари жіночих модельних туфель – 1100 грн. Прибуток підприємства-виробника – 20% від собівартості.

Оптова надбавка складає 10% по відношенню до оптової ціни виробника без ПДВ. Торгова надбавка складає 20% відносно ціни закупки без ПДВ. Визначити:

а) роздрібну ціну однієї пари модельного взуття;

б) питому вагу кожного елемента в роздрібній ціні товару (собівартості, прибутку, ПДВ, торгової надбавки).

Варіант 6

1 Механізм функціонування товарного ринку.

2 Розкрийте сутність посередницької діяльності та її принципи.

3 Переваги та недоліки телемаркетингу.

4 Задача. Вибрати прийнятний варіант конкурсної ціни на основі наданих в таблиці даних щодо можливостей підприємства та ймовірній оцінці ситуації

Ймовірнісна оцінка ситуації для розрахунку конкурентної ціни

№ п/п	Запропонована ціна, грн	Витрати, грн	Ймовірність виграти торг
1	70	68,3	0,45

2	71,5		0,3
3	73		0,15
4	74,5		0,05
5	76		0,05

Варіант 7

1 Характеристика товарного ринку на сучасному етапі.

2 Призначення ярмарок та виставок на товарному ринку.

3 Поясніть сутність персонального продажу товарів.

4 Задача. Складіть калькуляцію та визначте структуру оптової ціни підприємства (з ПДВ) жіночого вовняного костюму. Розрахунок вартості сировини та матеріалу виконати за наведеними у таблиці даними

Найменування сировини та основних матеріалів	Норма, м ²	Ціна, грн/м ²	Сума, грн.
Тканина верхня	3,6	220	
Підкладка шовкова	1,76	65	
Підкладка х/б	1,55	34	
Приклад			18
Фурнітура			12
Плечики			4,5
Корсажна стрічка			12
Вороття			14

Основна зарплата виробничих працівників – 12000 грн.

Додаткова зарплата виробничих працівників – 20% від основної

Нарахування на зарплату:

- податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) – 18%;
- єдиний соціальний внесок (ЄСВ) – 22%;
- військовий збір – 1,5%

Накладні витрати – 40% від основної зарплати виробничих працівників.

Позавиробничі витрати – 0,4% від виробничої собівартості.

Оптова ціна підприємства з ПДВ – 2500 грн.

ПДВ – 20% до оптової ціни підприємства.

Визначити:

- а) прибуток за оптовою ціною підприємства;
- б) ціну, за якою роздрібна торгівля буде розраховуватися з посередником;
- в) роздрібну ціну виробу.

Варіант 8

1 Види та класифікація показників оцінки товарних ринків.

2 Значення торгових агентів в процесі торгівлі, їх функції.

3 Розкрийте особливості реклами окремих видів товарів.

4 Задача.

Підприємство «Прогрес» розробило нову модель копіювального апарату «M700». Попередні розрахунки показують, що підприємство може запропонувати модель на місцевий ринок за ціною 5200 долл. На ринку представлені аналогічні моделі техніки компаній «КопіПринт» «M20», «Модерн» «M950» за ціною відповідно 4600 долл., 4800 долл.

В таблиці наведений перелік параметрів товару, що здійснюють вплив на попит, а також важливість кожного з параметрів для споживача та оцінка параметрів власної компанії і товарів конкуруючих підприємств за 10-бальною шкалою.

Чи зможе підприємство «Прогрес» розраховувати на реалізацію своєї продукції по прогностичній ціні? Відповідними розрахунками підтвердить висновок.

№ п/п	Параметри	Ваговий індекс (значимість параметру для споживача), %	M 20		M 950		M 700	
			Параметричний індекс	Зважений параметричний індекс	Параметричний індекс	Зважений параметричний індекс	Параметричний індекс	Зважений параметричний індекс
1	Надійність	30	75		85		85	
2	Кількість	30	80		95		90	

	копій						
3	Кількість форматів, екземплярів копій та рівень автоматизації при їх виготовленні	20	75		80		70
4	Легкість в експлуатації	10	90		70		90
5	Швидкість копіювання	5	65		80		65
6	Розміри	5	95		65		60
7	Усього:	100					

Варіант 9

1 Поясніть роль і місце інфраструктури товарного ринку в ринковому процесі.

2 Організація роботи та принципи побудови структури торгового персоналу.

3 Ознаки біржових товарів.

4 Задача. Визначити коефіцієнт тари вагону, якщо тара вагону дорівнює 20 т, а вантажопід'ємність – 70 т. Що показує коефіцієнт тари вагону та який висновок можна зробити на основі даного розрахунку?

Варіант 10

1 Що таке товарна біржа? Ознаки класифікації та функції товарних бірж.

2 Поясніть сутність лізингової діяльності. Переваги лізингу.

3 Розкрийте зміст основних етапів персонального продажу.

4 Задача. Постачальник надав та відвантажив 40 т вантажу. Визначити коефіцієнт використання вагону, якщо вантажопід'ємність вагона 60 т. Який висновок можна зробити на основі даного розрахунку?

Варіант 11

- 1 Види роздрібних посередників та їх функції.
- 2 Порівняйте зворотній та оперативний лізинг.
- 3 Ціни на продукцію посередницької діяльності.
- 4 Задача. Загальний обсяг вантажу, що переробляється на складі, дорівнює 300 т на годину, коефіцієнт нерівномірності надходження вантажу – 3,0, а продуктивність важелів дорівнює 150 т на годину. Визначити необхідну кількість важелів на складі.

Варіант 12

- 1 Порівняйте оптову та роздрібну торгівлю.
- 2 Правові та розрахункові аспекти лізингової діяльності.
- 3 Організація проведення ярмарок.
- 4 Задача. Визначте продуктивність автомобіля, якщо коефіцієнт використання вантажопід'ємності дорівнює 1,0; вантажопід'ємність автомобіля становить 5 т; кількість поїздок автомобіля – 6.

Варіант 13

- 1 Види оптових посередників та їх функції.
- 2 Розкрийте сутність транспортно-експедиційного обслуговування.
- 3 Критерії вибору каналів розповсюдження реклами.
- 4 Задача. Визначити кількість поїздок автомобіля на маршруті, якщо відомо, що обсяг постачань становить 20 т; вантажопід'ємність автомобіля – 5 т; коефіцієнт використання вантажопід'ємності дорівнює 0,8.

Варіант 14

- 1 Розкрийте сутність та основні види брокерської діяльності.
- 2 Методи оптового продажу товарів.
- 3 Поняття, типізація та методи розміщення роздрібної торгової мережі.
- 4 Задача.

Визначити доцільність використання тягача або автомобіля, якщо вантажопід'ємність кожного з них дорівнює 10 т, технічна швидкість автомобіля – 20 км/год, тягача – 15 км/год, коефіцієнт використання пробігу 0,5, час простою автомобіля під завантаженням та розвантаженням – 0,8 год, час на Perezцеплення прицепів – 0,15 год., Відстань перевезення дорівнює 20 км.

Варіант 15

1 Форми оптової торгівлі.

2 Охарактеризуйте різні види транспорту з позиції швидкості та витрат на перевезення продукції.

3 Організація торгових операцій на біржі та їх учасники.

4. Задача. Визначити доцільність використання тягача або автомобіля, якщо вантажопід'ємність кожного з них дорівнює 10 т, технічна швидкість автомобіля – 20 км/год, тягача – 15 км/год, коефіцієнт використання пробігу 0,5, час простою автомобіля під завантаженням та розвантаженням – 0,8 год, час на Perezцеплення прицепів – 0,15 год., відстань перевезення дорівнює 20 км.

Варіант 16

1 Опишіть методи роздрібно́ї торгівлі.

2 Визначення витрат транспортно-експедиційної діяльності.

3 Характеристика та головні тенденції розвитку товарних бірж в Україні.

4 Задача. Визначити кількість поїздок автомобіля на маршруті, якщо відомо, що обсяг поставань становить 20 т, вантажопід'ємність автомобіля – 5 т, коефіцієнт використання вантажопід'ємності дорівнює 0,8.

5.3 Критерії оцінювання

За окремими формами контролю знань студентів з дисципліни застосовуються критерії оцінювання, подані в таблиці 5.1. Отриманий рівень знань студента з усіх видів виконуваних робіт з дисципліни (теоретична підготовка, практична робота, самостійна робота) оцінюється за 100-бальною шкалою (табл. 5.2).

Таблиця 5.1 - Критерії оцінювання знань студентів за формами контролю

Форми контролю/критерії оцінювання	Бальна шкала оцінок знань			
	«Відмінно» (90-100)	«Добре» (75-89)	«Задовільно» (60-74)	«Незадовільно» (до 60)
1	2	3	4	5
УСНЕ ОПИТУВАННЯ				
Повнота відповіді	повна	повна	неповна	часткова, відсутня
Глибина і різносторонність знань	достатні	належні	задовільні	відсутні
Системність і логіка викладення матеріалу	систематизоване, логічне	логічне	відсутні	відсутні
Ступінь ознайомлення з основними методичними розробками, законодавством та уміння їх використовувати при відповіді	високий, використовуються при відповіді	достатній, використовуються при відповіді	належний, частково використовуються при відповіді	відсутній
Уміння узагальнювати викладений матеріал	обґрунтовані висновки	недостатньо обґрунтовані висновки	частково обґрунтовані висновки	відсутність висновків
РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ЗАДАЧ, ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ				
Знання методики розв'язання	глибокі	належні	недостатні	відсутні

Володіння алгоритмом розв'язку	самостійність розрахунків	недостатня самостійність розрахунків	здійснення розрахунків за допомогою викладача	відсутня самостійність розрахунків
Правильність і повнота розрахунків	правильні та повні	правильні, неповні	частково правильні, неповні	неправильні, неповні
Наявність узагальнених висновків	наявні, обґрунтовані	наявні	наявні частково	відсутні
ПРОГРАМОВАНІЙ КОНТРОЛЬ (ЗАЛІКОВІ ПИТАННЯ, ТЕСТИ)				
Правильність і повнота відповіді	повна, правильна	повна, частково неправильно	неповна, частково правильна	неповна, неправильна
Чіткість відповіді (наявність чи відсутність виправлень)	чітка, без виправлень	наявність незначних виправлень	наявність виправлень	нечітка
Наявність помилок	відсутні	наявність незначних помилок	значні помилки	значні помилки

Таблиця 5.2 - Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену	для заліку
60 – 100	60 – 100	зараховано
1-59	незадовільно	не зараховано

6 СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 416 с.
2. Валігурський Д.І. Організація комерційної діяльності в інфраструктурі ринку. Підручник для бакалаврів. 2019. 300 с.
3. Ємельянов С.А. ІТ-інфраструктура організації. Навчальний посібник. 2021. 146 с.
4. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник / За ред. І.В.Сороки. К.: НМЦВО МОіН України, НВФ «Студцентр», 2002. 608 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник / О.В.Прокопенко, В.Ю.Школа, О.О.Дегтяренко, С.М.Махнуша. К.: Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
6. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. К.: Аграрна освіта, 2015. 255 с.
7. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 336 с.
8. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.
9. Шубіна О.О.Інфраструктура товарного ринку: Теоретичні засади: підручник. К.: Знання, 2009. 379 с.

Допоміжна

1. Комерційна діяльність: підручник / За ред. проф. В.В. Апопія. Вид. 2-ге, перероб і доп. К.: Знання, 2008. 55с.
2. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія. Львів: ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 450с.
3. Маркетинг: Бакалаврський курс: навч. посібник / За ред. С.М.Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.
4. Практикум з маркетингу: навч. посіб. / за ред. Проф. Майовця Є.Й. Львів: Видавництво «Край», 2014. 244 с.
5. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.

6. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт ВРУ [Електронний ресурс]. URL: <http://rada.gov.ua/>
2. Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.me.gov.ua/>
3. Міністерство культури та інформаційної політики України [Електронний ресурс]. URL: <https://mcip.gov.ua/>
4. Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України [Електронний ресурс]. URL: www.mtu.gov.ua/
5. Урядовий портал [Електронний ресурс]. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
6. Українське об'єднання лізингодавців [Електронний ресурс]. URL: <http://www.uul.com.ua/>
7. Український союз промисловців та підприємців [Електронний ресурс]. URL: <http://uspp.ua/>
8. Українська універсальна біржа [Електронний ресурс]. URL: <http://uub.com.ua/>
9. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [Електронний ресурс]. URL: <https://dpss.gov.ua/zahist-prav-spozhyvachiv>
10. Державна податкова служба України [Електронний ресурс]. URL: <https://tax.gov.ua/>

Додаток А
Приклад оформлення титульного листа

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра «Маркетинг та логістика»

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»

Варіант № __

Студента (ки) _____ курсу, групи _____

спеціальності _____

освітньої програми _____

_____ (прізвище та ініціали)

Викладач: _____

_____ (посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Кількість набраних балів _____

м. Запоріжжя
20__ рік

Додаток Б
Структура контрольної роботи (приклад змісту)

ЗМІСТ

	Стор.
1. Сутність та класифікація промислового маркетингу.....	2
2. Сутність і процес реалізації маркетингових досліджень на промисловому підприємстві.....	8
3. Альтернативні системи збуту продукції промислового призначення	14
4. Задача.....	20
Список використаних джерел	25