**Модульна контрольна робота № 2**

**З курсу «Організація і технологія комерційної діяльності»**

**Тести (5 балів)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Завдання | Відповіді |
|  | Роздрібна торговельна мережа це: | А. загальна сукупність стаціонарних, на-нестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою;  Б. загальна сукупність стаціонарних, нестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг;  В. сукупність стаціонарних, нестаціонарних суб'єктів роздрібного продажу об'єднаних за територіальною ознакою;  Г. сукупність стаціонарних та віртуальних суб'єктів роздрібного продажу об'єднаних за територіальною ознакою;  Д. сукупність пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг. |
|  | Які форми продажу товарів існують: | А. магазинна, позамагазинна;  Б. магазинна, особлива;  В. магазинна, позамагазинна, особлива;  Г. магазинна, позамагазинна, електронна;  Д. всі відповіді вірні. |
|  | Мерчандайзинг – це: | А. комплекс заходів у торговельній точці, метою яких є підвищення [попиту](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82) на [продукцію](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F);  Б. комплекс маркетингових заходів щодо розміщення та представленості товару з урахуванням рівня продажу та потоку покупців у магазині чи торговому залі;  В. сукупність методів і технік, об'єднаних з метою активізувати роль товару в процесі продажу з допомогою оптимізації його представлення та оточення і тим самим підвищити його рентабельність;  Г. всі відповіді вірні;  Д. жодна за наведених відповідей невірна |
|  | Оберіть суб’єкта сфери роздрібної торгівлі: | А. підприємство ресторанного господарства;  Б. товарні склади;  В. оптові продовольчі ринки;  Г. оптові бази;  Д. оптові продовольчі ринки. |
|  | Принцип організації роздрібної торгівлі, який передбачає єдність зосередження крамниць і торгових одиниць, відмінних за асортиментним профілем, а отже і спеціалізацією, в єдиному центрі торговельно-сервісного обслуговування: | А. принцип доступності;  Б. принцип рівномірності;  В. принцип групування;  Г. принцип максимального наближення до покупців;  Д. принцип оптимальної забезпеченості споживачів. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Група торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як одне ціле, які за своїми типами, розмірами і місцезнаходженням функціонально відповідають запитам торговельної зони, що обслуговується ними – це: | А. торговельний центр;  Б. комісійний магазин;  В. гіпермаркет;  Г. таргет;  Д. дискаунт. |
|  | Тип магазину, що характеризується обмеженою номенклатурою торгових послуг, до того ж у ньому товари повсякденного попиту реалізуються за порівняно низькими цінами або з наданням постійних торгових знижок – це: | А. торговельний центр;  Б. комісійний магазин;  В. гіпермаркет;  Г. таргет;  Д. дискаунт. |
|  | У ритейлі  під терміном immersive technology мається на увазі: | А. досвід, який забезпечують споживачеві технології віртуальної або доповненої реальності;  Б. технологія стеження за переміщеннями потенційних споживачів;  В. технологія персоніфікованого маркетингу;  Г. технологія збору даних про споживача;  Д. жодна відповідь не є вірною. |
|  | У ритейлі під терміном greenwashing мається на увазі: | А. форма [екологічного маркетингу](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3) в якій широко застосовується «зелений» [піар](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B0%D1%80) і методи, мета яких — ввести споживача в оману щодо цілей організації або виробника в екологічності продукції або послуги, представити їх у сприятливому світлі;  Б. процес передачі хибного враження або оманливої інформації про екологічність продукції;  В. передачу найчастіше неправдивої інформації про продукти фірми щодо їх екологічності або позитивного впливу на довкілля;  Г. всі відповіді вірні;  Д. жодна відповідь не є вірною. |
|  | Визначте умовний прибуток від агентських операцій посередницької контори, якщо сумарний обсяг агентських операцій становить 11600 тис. грн., середній розмір комісійної винагороди становить 35 %, рівень собівартості до обсягу агентських операцій становить 15 %. | А. 1600 тис.грн.;  Б. 1508 тис. грн.;  В. 4060 тис.грн.;  Г. 1740 тис.грн.;  Д. 2320 тис. грн. |
|  | Доходи підприємства – це: | А. сума грошових надходжень і матеріальних цінностей, одержаних у результаті операційної (основної), фінансової та інвестиційної діяльності за певний період;  Б. різниця між виручкою від реалізації продукції, робіт або послуг і вартістю матеріальних витрат (підприємства) на комерційну діяльність;  В. приріст коштів порівняно з їх витратами для здійснення господарського процесу:  Г. усі відповіді правильні;  Д. жодна відповідь не є вірною. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Комерційне підприємство є ліквідним за умови: | А. його поточні активи перевищують поточні зобов’язання;  Б. є позитивний висновок ліквідаційної комісії;  В. його поточні активи не перевищують поточні зобов’язання;  Г. коли воно ліквідовується;  Д. жодна відповідь не є вірною. |
|  | Нефінансові показники характеризують: | А. інновації в обслуговуванні клієнтів;  Б. ступінь задоволення потреб клієнтів;  В. розвиток персоналу;  Г. усі відповіді правильні. |
|  | Одна з форм кредитування зовнішньої торгівлі – це: | А. бенчмаркінг;  Б. консалтинг;  В. таргетинг;  Г. ритейлинг;  Д. форфейтинг. |
|  | Визначте ефективність брокерської діяльності (рівень прибутку на вкладений капітал, %), якщо рівень прибутку, який отримала брокерська контора 2300 тис. грн., сума вкладеного капіталу у посередницьку діяльність становить 12500 тис. грн. | А. 18,4 %;  Б. 5,32;  В. 188 %  Г. 2;  Д. 1,2. |
|  | До внутрішніх методів управління комерційним ризиком відносять: | А. метод уникнення ризику;  Б. передача контролю за ризиком;  В. зовнішнє страхування ризику;  Г. формування власного ресурсного фонду;  Д. правильні відповіді: А, Г. |
|  | До зовнішніх методів управління комерційним ризиком відносять: | А. метод уникнення ризику;  Б. передача контролю за ризиком;  В. компенсація ризику через систему санкцій;  Г. формування власного ресурсного фонду;  Д. правильні відповіді: Б, В. |
|  | Діяльність суб'єктів господарювання у бізнес-середовищі, що спрямована на реалізацію продукції, виконання робіт чи падання послуг, які мають ціновий еквівалент, з метою одержання прибутку за допомогою обміну електронними документами через телекомунікаційні мережі – це: | А. електронна комерція;  Б. комерційна діяльність;  В. операційна діяльність;  Г. документообіг;  Д. фінансова діяльність. |
|  | Визначте продуктивність праці працівників торговельного підприємства, якщо товарооборот роздрібної торговельної мережі 5560 тис. грн., чисельність працівників 47 осіб у тому числі працівників прилавку 36 осіб. | А.154,4 тис. грн. / особу;  Б. 67 тис. грн. / особу;  В. 118,3 тис. грн. / особу;  Г. 505,45 тис. грн. / особу;  Д. 14,93 грн. / особу. |
|  | Визначте суму торговельної надбавки торговельного підприємства, якщо закупівельна ціна товару без ПДВ становить 190 грн., розмір торговельно надбавки встановлено на рівні 30 %. | А. 247 грн.;  Б. 57 грн.;  В. 133 грн.;  Г. 200 грн.;  Д. 190 грн. |

**Практичні ситуації (15 балів)**

**Завдання 1 (2 бали).**

Визначте роздрібний товарооборот, товарообіг за день торгівлі, товарообіг на одного працівника, товарообіг на 1 м. кв. торговельного залу, використовуючи дані: товарні запаси на початок періоду 2480 тис. грн., товарні запаси на кінець періоду 125 тис. грн., площа торговельного залу 210 м. кв., кількість працівників 28 осіб, 335 торговельних днів.

**Завдання 2 (3 бали).**

Підприємство реалізує продукцію рентабельністю 25 % щодо собівартості. Собівартість продукції становить 35 грн. Товар реалізується за однорівневим каналом розподілу. Торгова націнка роздрібного торгового підприємства сформована з урахуванням витрат 10% від первісної ціни і прибутку 30 % від первісної ціни).

Необхідно визначити:

* відпускну ціну виробника;
* відпускну ціну роздрібного торговця.

**Завдання 3 (5 балів).** Визначити вантажообіг, при якому підприємство однаково влаштовує мати власний чи користуватися послугами найманого складу, за даними табл. 1.

Таблиця 1

Дані для розрахунку витрат на зберігання

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показник | Розмірність | Значення |
| 1. Питома вартість вантажопереробки на власному складі | у.о./т | 4,9 |
| 2. Умовно-постійні витрати власного складу | у.о./рік | 46000 |
| 3. Тариф на послуги найманого складу | у.о. за 1 м2 на добу | 0,8 |
| 4. Розмір запасу в днях обігу | Днів | 52 |
| 5. Кількість робочих днів на рік | Днів | 300 |
| 6. Навантаження на 1 м2 площі при зберіганні на найманому складі | т/м2 | 1,9 |

Таблиця 2

Результати розрахунку витрат на зберігання

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | Значення показника при різному вантажообігу (*T*, т/рік) | | |
| *Т* = 3000 | *Т* = 5000 | *Т* = 7000 |
| 1. Витрати на вантажопереробку на власному складі |  |  |  |
| 2. Витрати на зберігання на власному складі |  |  |  |
| 3. Необхідна площа найманого складу |  |  |  |
| 4. Витрати на зберігання на найманому складі |  |  |  |

**Завдання 4 (5 балів)**.

Підприємство виготовляє і реалізує продукт. Ціна реалізації одиниці продукції становить 350 грн.; змінні витрати на одиницю – 120 грн.; постійні витрати – 490000 грн. Виручка від реалізації 1200000 грн. Дайте оцінку положення фірми та допустимого рівня ризику, виходячи з критичного обсягу виробництва у натуральному і вартісному вираженні. Зробіть висновки.

Визначте:

1. Точку беззбитковості у натуральному і вартісному вираженні;

2. Обсяг реалізації, необхідний для забезпечення прибутку в розмірі 150000 грн.

3. Коефіцієнт економічної безпеки.