

**Методичні вказівки  
до виконання самостійної роботи  
з дисципліни «Торговельне підприємство»  
зі спеціальності «Торгівля»**

Міністерство освіти і науки України  
Вінницький національний технічний університет

**Методичні вказівки  
до виконання самостійної роботи  
з дисципліни «Торговельне підприємництво»  
зі спеціальності «Торгівля»**

Вінниця  
ВНТУ  
2026

Рекомендовано до видання Радою з якості освіти Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол № 7 від 23.01.2026 р.)

Рецензенти:

**Боковець В. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, логістики та менеджменту

**Зянько В. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту

**Вітюк А. В.** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки

Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни «Торговельне підприємництво» зі спеціальності «Торгівля» [Електронний ресурс] / уклад. Т. Д. Нечипоренко. – Вінниця : ВНТУ, 2026. – (PDF 47 с.)

У методичних вказівках розглянуто зміст дисципліни «Торговельне підприємництво» для студентів спеціальності «Торгівля», перелік питань та ситуаційних завдань для самостійної роботи, питання до заліку, запропоновано тестові завдання, задачі, а також рекомендована література.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ .....	5
1.1 Інформаційний обсяг навчальної дисципліни.....	5
1.2 Оцінювання знань, умінь та навичок студентів .....	7
2 ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ РОБІТ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ..	8
3 ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ 15	
3.1 Самостійне завдання 1 .....	15
3.2 Самостійне завдання 2 .....	16
3.3 Самостійне завдання 3 .....	22
3.4 Самостійне завдання 4 .....	25
4 ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ.....	30
5 ЗАДАЧІ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИРШЕННЯ.....	37
6 ПИТАННЯ ДО КОЛОКВІУМУ З ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО» .....	39
Питання до колоквіуму 1 .....	39
Питання до колоквіуму 2 .....	40
7 ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ.....	42
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....	45

## ВСТУП

Навчальна дисципліна Торговельне підприємництво є обов'язковою дисципліною, яка формує у здобувачів вищої освіти цілісне уявлення про сутність, принципи та механізми функціонування торговельної діяльності, особливості організації підприємництва у сфері торгівлі, а також закономірності розвитку торговельного бізнесу в умовах ринкової економіки.

**Мета викладання дисципліни «Торговельне підприємництво»** – формування у здобувачів освіти системи знань, умінь і практичних навичок щодо організації, планування та управління торговельною діяльністю, розуміння економічних, фінансових і правових засад функціонування торговельних підприємств, а також розвитку підприємницького мислення і здатності приймати ефективні управлінські рішення у сфері торгівлі.

Дисципліна спрямована на розвиток підприємницьких компетентностей, аналітичного мислення, вміння адаптуватися до змін кон'юнктури споживчого ринку, оцінювати ефективність торговельних операцій і формувати конкурентоспроможні стратегії розвитку підприємств торгівлі.

**Предмет навчальної дисципліни** – процеси організації, управління та здійснення торговельно-підприємницької діяльності, а також економічні відносини, що виникають у сфері товарообігу між суб'єктами господарювання.

**Основними завданнями** вивчення дисципліни є:

- засвоєння теоретичних знань щодо сутності, форм і методів торговельного підприємництва, його ролі у забезпеченні ефективного функціонування ринкової економіки;
- набуття практичних навичок з планування обсягів товарообігу, формування асортиментної політики, розрахунку показників ефективності торговельної діяльності;
- розвиток критичного мислення щодо тенденцій і проблем розвитку торгівлі, вміння аналізувати стан конкурентного середовища;
- формування здатності застосовувати аналітичні інструменти для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері торговельного бізнесу.

Поточний та підсумковий контроль здобувачів освіти проводиться шляхом фронтального, індивідуального та комбінованого опитування під час практичного заняття, контрольних робіт, колоквіумів, тестування та іспиту.

На позааудиторну роботу вноситься вивчення окремих проблем курсу, підготовка до практичних занять, колоквіумів, тестування, іспиту.

# **1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

## **1.1 Інформаційний обсяг навчальної дисципліни**

### **Змістовний модуль 1. Теоретико-організаційні засади торговельного підприємництва**

#### **Тема 1. Розвиток торговельного підприємництва: історичний та функціональний контексти**

1. Сутність і функції торговельного підприємництва.
2. Генеза торговельних систем від бартеру до цифрової економіки.
3. Взаємозв'язок традиційних і сучасних торговельних моделей.
4. Аналіз історичних кейсів трансформації торговельних систем.
5. Сучасні проблеми розвитку торгівлі в Україні.

#### **Тема 2. Організаційно-правові механізми ведення бізнесу**

1. Організаційно-правові форми торговельних підприємств.
2. Законодавче забезпечення діяльності у сфері торгівлі.
3. Ліцензування, сертифікація та захист прав підприємців.
4. Вибір оптимальної правової форми ведення бізнесу.
5. Типові правові помилки у підприємницькій практиці.

#### **Тема 3. Фіскальні інструменти та управлінський облік**

1. Податкові системи в торгівлі: спрощена і загальна.
2. Оптимізація оподаткування торговельних підприємств.
3. Бухгалтерський облік торговельних операцій і складання фінансової звітності.
4. Внутрішній фінансовий контроль у підприємстві.
5. Податкові ризики та методи їх мінімізації.

#### **Тема 4. Операційні механізми торгівлі**

1. Канали збуту: роздрібна, оптова та електронна торгівля.
2. Франчайзинг як форма розширення торговельної мережі.
3. Формати торгівлі та ризики їх диверсифікації.
4. Розробка моделі розширення торговельної мережі.
5. Онлайн і офлайн-торгівля: переваги та недоліки.

#### **Тема 5. Маркетингова система та управління якістю**

1. Стратегічний маркетинг: аналіз ринку, конкурентів і споживачів.
2. Digital-маркетинг: соціальні мережі, реклама, SEO-просування.
3. Система управління якістю в торгівлі: стандартизація та сертифікація товарів.
4. Розробка digital-кампаній для торговельних брендів.

## **Тема 6. Логістика та управління запасами**

1. Ланцюги постачання в торгівлі (SCM-моделі).
2. Методи управління запасами (ABC/XYZ-аналіз, система JIT).
3. Особливості логістики продовольчих і непродовольчих товарів.
4. Моделювання логістичних потоків і управлінських рішень в умовах дефіциту ресурсів.

## **Змістовний модуль 2. Стратегічні, фінансові та інноваційні аспекти торговельного підприємництва**

## **Тема 7. Цифрова трансформація та інновації**

1. Використання технологій Industry 4.0 у торгівлі (AI, Big Data, IoT).
2. Електронна комерція, мобільні додатки, служби доставки.
3. Інтеграція цифрових технологій у бізнес-процеси.
4. Концепції цифрових рішень у торгівлі.
5. Вплив інновацій на конкурентоспроможність підприємств.

## **Тема 8. Фінансовий менеджмент та оцінка ефективності**

1. Бюджетування і цінова політика у торгівлі.
2. Аналіз фінансової звітності: рентабельність, ліквідність.
3. Ключові показники ефективності (KPI).
4. Методи оцінювання результативності торговельної діяльності.
5. Мотиваційні аспекти управління фінансовими ресурсами.

## **Тема 9. Глобалізація та міжнародна торгівля**

1. Міжнародні торговельні операції: експорт, імпорт, угоди.
2. Митне регулювання та торговельні бар'єри.
3. Міжкультурні комунікації у бізнесі.
4. Розробка експортних стратегій.
5. Особливості співпраці з іноземними партнерами.

## **Тема 10. Корпоративна соціальна відповідальність та етика**

1. CSR-стратегії та екологічні практики.
2. Етичні аспекти ціноутворення, протидія контрафакту.
3. Соціальні ініціативи й репутаційний капітал підприємства.
4. Формування етичної культури бізнесу у сфері торгівлі.

## **Тема 11. Ризики та ефективність бізнесу**

1. Управління ризиками: валютні коливання, коливання попиту, логістичні збої.
2. Індикатори результативності торговельної діяльності.

3. Формування системи показників ефективності.
4. Порівняльний аналіз ефективності торговельних мереж.

## Тема 12. Антикризове управління та стійкість бізнесу

1. Адаптація бізнес-моделей до кризових викликів (пандемія, війна, санкції).
2. Стратегії виживання: оптимізація витрат, диверсифікація.
3. Досвід українських компаній у кризових умовах.
4. Розробка антикризового плану для торговельної мережі.

### 1.2 Оцінювання знань, умінь та навичок студентів

Таблиця оцінювання знань, умінь та навичок студентів з окремих видів роботи та в цілому по модулях (в балах)

Модуль 1		Модуль 2	
Практичні заняття			
Тема 1 (усна доповідь, практичне завдання)	3	Тема 7 (усна доповідь, практичне завдання)	3
Тема 2 (усна доповідь, практичне завдання)	3	Тема 8 (усна доповідь, практичне завдання)	3
Тема 3 (усна доповідь, практичне завдання)	3	СРС №3 (практичне завдання)	3
Тема 4 (практичне завдання)	3	Тема 9 (практичне завдання)	3
СРС №1 (практичне завдання)	3	Тема 10 (усна доповідь, практичне завдання)	3
Тема 5 (усна доповідь, практичне завдання)	3	Тема 11 (усна доповідь, практичне завдання)	3
СРС №2 (практичне завдання)	3	СРС №4 (практичне завдання)	3
Тема 6 (практичне завдання)	3	Тема 12 (усна доповідь, практичне завдання)	3
Контрольна робота 1	5	Контрольна робота 2	5
Колоквіум 1 (тести)	10	Колоквіум 2 (тести)	10
Сума за модуль 1	39	Сума за модуль 2	39
Всього – 78			
Іспит – 22			
Сума за семестр – 100			

## 2 ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ РОБІТ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

### Тема 1. Розвиток торговельного підприємництва: історичний та функціональний контексти

1. У чому полягає сутність торговельного підприємництва?
2. Які основні функції виконує торговельне підприємництво в економіці?
3. Опишіть генезу торговельних систем – від бартерних відносин до сучасних цифрових форматів.
4. Які етапи становлення торговельної діяльності можна виділити в історії людства?
5. Як розвиток транспорту та комунікацій вплинув на еволюцію торгівлі?
6. Порівняйте традиційні та сучасні моделі організації торговельного бізнесу.
7. Які фактори спричиняють трансформацію торговельних систем у цифрову епоху?
8. Проаналізуйте історичні приклади успішних трансформацій торговельних підприємств.
9. Які сучасні проблеми розвитку торгівлі в Україні є найбільш актуальними?
10. Як війна впливає на розвиток і стратегії торговельного підприємництва?

#### Завдання на самостійне опрацювання

1. Аналітичне: підготуйте короткий огляд розвитку торгівлі у вашому регіоні в ХХ–ХХІ ст.
2. Кейс: дослідіть історію становлення відомої торговельної компанії та визначте фактори її успіху.
3. Дослідницьке: складіть таблицю етапів розвитку торговельних систем (бартер, грошова, цифрова).

### Тема 2. Організаційно-правові механізми ведення бізнесу

1. Назвіть основні організаційно-правові форми торговельних підприємств в Україні.
2. У чому полягають особливості правового статусу фізичної особи-підприємця (ФОП)?
3. Які закони регулюють торговельну діяльність в Україні?
4. Що таке ліцензування торговельної діяльності та для яких видів воно потрібне?
5. У чому суть сертифікації товарів і які органи її здійснюють?
6. Які є вимоги до захисту прав підприємців і споживачів?

7. Як вибір організаційно-правової форми впливає на фінансові результати бізнесу?
8. Які типові правові помилки допускають початківці-підприємці?
9. Як уникнути юридичних ризиків при відкритті торговельного підприємства?
10. Які є основні джерела нормативно-правового регулювання торговельних відносин?

 **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Складіть порівняльну таблицю організаційно-правових форм підприємництва.
2. Підготуйте короткий огляд законів, що регулюють роздрібну торгівлю.
3. Розробіть алгоритм державної реєстрації торговельного підприємства.

### **Тема 3. Фіскальні інструменти та управлінський облік**

1. У чому різниця між спрощеною та загальною системами оподаткування?
2. Які податки сплачують торговельні підприємства?
3. Як визначити оптимальну систему оподаткування для малого бізнесу?
4. У чому полягає роль бухгалтерського обліку в управлінні торговельною діяльністю?
5. Які особливості формування фінансової звітності торговельних підприємств?
6. Як здійснюється внутрішній фінансовий контроль у підприємстві?
7. Які показники використовуються для оцінки фінансового стану підприємства?
8. Що таке податкові ризики і як їх мінімізувати?
9. Як зміни податкового законодавства впливають на діяльність підприємців?
10. Яку роль відіграє управлінський облік у стратегічному плануванні торгівлі?

 **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Визначте податкове навантаження підприємства за двома системами оподаткування.
2. Практичне: складіть приклад спрощеного фінансового звіту малого торговельного бізнесу.
3. Проаналізуйте можливі податкові ризики для підприємства, що займається електронною торгівлею.

### **Тема 4. Операційні механізми торгівлі**

1. Які основні форми організації збуту товарів існують у торгівлі?
2. Охарактеризуйте відмінності між роздрібною та оптовою торгівлею.

3. Які особливості має електронна торгівля?
4. У чому полягає сутність франчайзингу як форми розширення мережі?
5. Назвіть типові формати торговельних підприємств (гіпермаркет, супермаркет, онлайн-магазин).
6. Які ризики пов'язані з диверсифікацією форматів торгівлі?
7. Як розробити модель розширення торговельної мережі?
8. У чому переваги онлайн-торгівлі над офлайн?
9. Які недоліки мають цифрові платформи для торгівлі?
10. Як сучасні технології впливають на ефективність операційних процесів у торгівлі?

#### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Складіть таблицю переваг і недоліків онлайн- та офлайн-торгівлі.
2. Побудуйте схему каналів збуту продукції торговельного підприємства.
3. Розробіть міні-бізнес-план створення франчайзингової точки продажу.

### **Тема 5. Маркетингова система та управління якістю**

1. У чому полягає сутність маркетингу у сфері торгівлі?
2. Які етапи включає маркетинговий аналіз ринку?
3. Яким чином визначається цільова аудиторія для торговельного бренду?
4. Як проводиться аналіз конкурентного середовища?
5. Які інструменти digital-маркетингу застосовуються в торгівлі?
6. Що таке SEO та яку роль воно відіграє у просуванні онлайн-магазинів?
7. У чому полягає стандартизація та сертифікація товарів?
8. Які сучасні підходи до управління якістю товарів існують?
9. Як маркетингова стратегія впливає на формування лояльності споживачів?
10. Як розробити ефективну digital-кампанію для торговельного бренду?

#### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Створіть SWOT-аналіз для торговельного бренду вашого міста.
2. Підготуйте план маркетингової digital-кампанії.
3. Розробіть пропозиції щодо підвищення якості обслуговування споживачів.

### **Тема 6. Логістика та управління запасами**

1. Що таке логістика і яку роль вона відіграє у торговельній діяльності?
2. Які основні елементи логістичної системи підприємства?
3. У чому полягає сутність моделі управління ланцюгами постачання (SCM)?
4. Як застосовуються методи ABC/XYZ у контролі запасів?
5. Поясніть суть системи «Just in Time» (JIT) у торгівлі.

6. Які особливості має логістика продовольчих товарів?
7. Чим відрізняється логістика непродовольчих товарів?
8. Як оптимізувати логістичні витрати підприємства?
9. Які проблеми виникають у логістиці в умовах дефіциту ресурсів?
10. Які програмні рішення допомагають ефективно управляти запасами?

#### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Побудуйте схему логістичного ланцюга торговельного підприємства.
2. Виконайте розрахунок коефіцієнта оборотності запасів за наведеними даними.
3. Підготуйте аналітичний огляд сучасних цифрових платформ для логістики.

### **Тема 7. Цифрова трансформація та інновації**

1. Що таке цифрова трансформація у сфері торгівлі?
2. Які технології Industry 4.0 застосовуються у торговельному бізнесі?
3. У чому полягає роль штучного інтелекту (AI) у торговельних процесах?
4. Як використовуються Big Data та IoT у торгівлі?
5. Які переваги надає електронна комерція та мобільні додатки для бізнесу?
6. Як інтегруються цифрові технології у бізнес-процеси торговельного підприємства?
7. Які концепції цифрових рішень існують у сфері торгівлі?
8. Як впливають інновації на конкурентоспроможність підприємств?
9. Які проблеми впровадження цифрових рішень зустрічаються у торгівлі?
10. Як оцінити ефективність цифрової трансформації торговельного підприємства?

#### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Аналіз: дослідіть, як мобільні додатки змінюють взаємодію споживачів із торговельними брендами.
2. Практичне: складіть схему інтеграції цифрових технологій у бізнес-процеси підприємства.
3. Кейс: оцініть вплив впровадження AI на ефективність управління торговельною мережею.

### **Тема 8. Фінансовий менеджмент та оцінка ефективності**

1. У чому полягає роль фінансового менеджменту у торговельному підприємстві?
2. Як здійснюється бюджетування в торговельних компаніях?
3. Які основні принципи цінової політики у торгівлі?
4. Як проводиться аналіз фінансової звітності: рентабельність, ліквідність?

5. Що таке ключові показники ефективності (KPI) у торговельному бізнесі?
6. Які методи оцінювання результативності торговельної діяльності застосовуються?
7. Як фінансові показники впливають на прийняття управлінських рішень?
8. Які мотиваційні аспекти управління фінансовими ресурсами існують у підприємствах?
9. Як оцінюється ефективність використання фінансових ресурсів?
10. Які фінансові ризики є характерними для торговельного бізнесу?

#### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Розрахункове: складіть бюджет доходів та витрат торговельного підприємства на місяць.
2. Практичне: розрахуйте KPI для торговельної точки на основі фінансових даних.
3. Аналітичне: підготуйте огляд методів оцінювання фінансової ефективності підприємства.

### **Тема 9. Глобалізація та міжнародна торгівля**

1. Що таке глобалізація у сфері торгівлі?
2. Які особливості міжнародних торговельних операцій: експорт, імпорт, угоди?
3. Як митне регулювання впливає на торговельну діяльність підприємств?
4. Що таке торговельні бар'єри та як їх долати?
5. У чому полягає роль міжкультурних комунікацій у міжнародному бізнесі?
6. Як розробляються експортні стратегії підприємств?
7. Які особливості співпраці з іноземними партнерами існують?
8. Як глобалізація впливає на конкурентоспроможність українських компаній?
9. Які ризики пов'язані з міжнародною торгівлею?
10. Як підприємство може адаптуватися до змін у світовій економіці?

#### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Підготуйте таблицю основних митних бар'єрів для експорту в країни ЄС.
2. Кейс: розробіть стратегію виходу українського підприємства на міжнародний ринок.
3. Дослідження: оцініть роль міжкультурних комунікацій у забезпеченні успіху міжнародної угоди.

## **Тема 10. Корпоративна соціальна відповідальність та етика**

1. Що таке CSR (корпоративна соціальна відповідальність)?
2. Які основні екологічні практики впроваджуються у торговельному бізнесі?
3. Як етичні аспекти впливають на ціноутворення?
4. Що таке протидія контрафакту і як її реалізують у підприємствах?
5. Які соціальні ініціативи сприяють підвищенню репутаційного капіталу?
6. У чому полягає формування етичної культури бізнесу у сфері торгівлі?
7. Як CSR-стратегії впливають на довіру споживачів?
8. Які етичні ризики існують у торговельній діяльності?
9. Як оцінити ефективність соціальних програм підприємства?
10. Яким чином етика та CSR впливають на конкурентоспроможність?

### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Підготуйте аналіз CSR-ініціатив відомої торговельної компанії.
2. Складіть пропозиції щодо підвищення етичного рівня управління підприємством.
3. Дослідіть приклади етичних конфліктів у торгівлі та запропонуйте шляхи їх вирішення.

## **Тема 11. Ризики та ефективність бізнесу**

1. Які основні види ризиків існують у торговельній діяльності?
2. Як управляються валютні ризики у торговельному підприємстві?
3. У чому полягає управління ризиком коливання попиту?
4. Які заходи застосовуються для мінімізації логістичних збоїв?
5. Що таке індикатори результативності торговельної діяльності?
6. Як формується система показників ефективності підприємства?
7. Як проводиться порівняльний аналіз ефективності торговельних мереж?
8. Які методи оцінювання ризиків використовуються у торгівлі?
9. Як ризики впливають на стратегічне планування підприємства?
10. Як оцінити загальну ефективність управління ризиками в компанії?

### **Завдання на самостійне опрацювання**

1. Проведіть аналіз основних ризиків для торговельної точки у вашому регіоні.
2. Розробіть систему показників ефективності для невеликої торговельної мережі.
3. Підготуйте план заходів з мінімізації ризиків у кризових ситуаціях.

## Тема 12. Антикризове управління та стійкість бізнесу

1. Що таке антикризове управління у торговельному підприємстві?
2. Як адаптуються бізнес-моделі до кризових викликів (пандемія, війна, санкції)?
3. Які стратегії виживання застосовуються підприємствами у кризових умовах?
4. У чому полягає оптимізація витрат для підвищення стійкості бізнесу?
5. Як диверсифікація допомагає знизити ризики під час криз?
6. Який досвід українських компаній у кризових умовах можна застосувати на практиці?
7. Як розробляється антикризовий план для торговельної мережі?
8. Які ключові показники оцінки стійкості бізнесу?
9. Як використовуються фінансові та операційні інструменти для підтримки стійкості?
10. Які уроки можна винести з антикризового управління для подальшого розвитку?



### *Завдання на самостійне опрацювання*

1. Розробіть антикризовий план для торговельної точки з урахуванням локальних ризиків.
2. Проведіть SWOT-аналіз стійкості підприємства у кризовий період.
3. Складіть рекомендації щодо оптимізації витрат та диверсифікації бізнесу.

### 3 ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Самостійні індивідуальні завдання виконуються студентом на аркушах формату А4 або в робочому зошиті. Текст роботи має бути виконаний розбірливим почерком або надрукований з використанням комп'ютерних засобів. У разі друкованого варіанту текст оформлюється на одній стороні аркуша формату А4 (210×297 мм), шрифт *Times New Roman*, розмір – 14 пунктів, міжрядковий інтервал – 1,5. Поля: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє та нижнє – по 20 мм.

#### 3.1 САМОСТІЙНЕ ЗАВДАННЯ 1

##### **Операційні механізми торгівлі: канали збуту, франчайзинг та моделі розширення торговельної мережі**

***Мета:** сформувати у студентів системне розуміння сучасних операційних механізмів торгівлі, розвитку торговельних мереж та каналів збуту. Розвинути навички аналізу операційних ризиків, оцінки ефективності різних форм торгівлі та практичного застосування інструментів оптимізації бізнес-процесів.*

***Завдання:** дослідити сутність каналів збуту, франчайзингу та моделей розширення торговельних мереж, обґрунтувавши їх ефективність та можливі ризики.*

***Порядок виконання:** студент обирає варіант (№1–12) і виконує три обов'язкові завдання (А, Б, В), що вимагають аналізу, творчого підходу та практичних розрахунків.*

***Вимоги до оформлення:** написання у зошиті або друкована робота (аркуші А4, шрифт *Times New Roman* 14, інтервал 1,5).*

#### **Варіанти комплексних завдань**

№	А. Науковий дискурс (Обґрунтування)	Б. Аналітична задача (Кейс)	В. Практичне (Моделювання)
1	Охарактеризуйте канали збуту (роздріб, опт, e-commerce). Вкажіть їх переваги та обмеження.	Аналітична задача: "Цифровий магазин → смартфон, комп'ютер, доставка за день". Визначте тип каналу збуту.	Складіть модель оптимального розподілу продажів між роздрібним магазином і онлайн-магазином для вашого регіону.
2	Розкрийте сутність франчайзингу та його роль у розширенні мережі.	Кейс: Компанія хоче відкрити 10 нових точок за франчайзинговою схемою. Які ризики для франчайзі та франчайзера?	Створіть схему взаємодії франчайзера та франчайзі із зазначенням основних потоків прибутку.

3	Поясніть відмінності між онлайн і офлайн-торгівлею.	Аналітична задача: “Клієнт замовив товар у додатку, забрав у пункті самовивозу”. Визначте тип торгівлі.	Побудуйте модель, де 40% продажів онлайн, 60% офлайн. Обчисліть дохід при середньому чеку 500 грн і 1000 замовлень на місяць.
4	Охарактеризуйте формати торгівлі та їх диверсифікаційні ризики.	Відповідність: З’єднайте формати з прикладами: (а) супермаркет, (b) e-commerce, (c) маркетплейс – [Rozetka, Metro, Prom].	Розробіть план диверсифікації торговельних точок у місті з трьома різними форматами.
5	Проаналізуйте роль логістики у каналах збуту.	Аналітична задача: "Склад → доставка 2 дні → клієнт". Визначте, які фактори впливають на швидкість доставки.	Розрахуйте оптимальний маршрут для 3 точок доставки у місті з урахуванням часу та витрат.
6	Розкрийте економічний сенс моделі франчайзингу для малого бізнесу.	Кейс: Який варіант вигідніший для початківця – створити власну точку чи взяти франшизу? Обґрунтуйте.	Складіть порівняльну таблицю витрат і прибутків для обох варіантів.
7	Охарактеризуйте переваги інтегрованих торговельних мереж.	Аналітична задача: “Єдиний логін для всіх магазинів мережі”. Що це означає для управління каналами збуту?	Розробіть блок-схему централізованого управління мережевою торгівлею.
8	Поясніть вплив цифрових платформ на операційні механізми.	Кейс: Як мобільний додаток змінив поведінку споживачів у магазині?	Запропонуйте три способи інтеграції цифрової платформи в офлайн-магазин.
9	Дослідіть методи оцінки ефективності каналів збуту.	Аналітична задача: "Покупці залишають відгуки, рейтинг 4.8/5". Який канал збуту та його показники ефективності?	Складіть таблицю КРІ для онлайн та офлайн каналів: конверсія, середній чек, кількість замовлень.
10	Розкрийте ризики при розширенні торговельної мережі.	Кейс: Нові точки розташовані близько одна до одної. Які ризики для продажів?	Складіть карту розташування магазинів, враховуючи конкуренцію та покриття ринку.
11	Охарактеризуйте франчайзингову угоду та ключові умови контракту.	Аналітична задача: “Паушальний внесок + роялті 5% з обороту”. Що це означає для франчайзі?	Обчисліть прибуток франчайзі при обороті 200 000 грн/міс.
12	Поясніть особливості мультиканальної торгівлі.	Кейс: Який канал вибрати для продукту з високою конкуренцією і низьким середнім чеком?	Складіть стратегію розподілу продажів по трьох каналах збуту для максимізації прибутку.

## 3.2 САМОСТІЙНЕ ЗАВДАННЯ 2

### Маркетингова система та управління якістю

**Мета:** сформувані у студентів системне розуміння сутності маркетингу та управління якістю в торгівлі. Навчити застосовувати інструменти маркетингового аналізу (цільова аудиторія, конкуренти, digital-інструменти) та приймати рішення щодо стандартизації та формування лояльності споживачів.

**Завдання:** дослідити етапи маркетингового аналізу, оцінити роль digital-інструментів (SEO) у просуванні, проаналізувати підходи до управління якістю та розробити елементи маркетингових стратегій.

**Порядок виконання:** студент обирає варіант (№1–12) і виконує три обов'язкові завдання (А, Б, В), що вимагають аналізу, творчого підходу та практичних розрахунків.

**Вимоги до оформлення:** написання у зошиті або друкована робота (аркуші А4, шрифт Times New Roman 14, інтервал 1,5).

## **Варіанти комплексних завдань**

### **Варіант №1. Кейс «Запуск бренду еко-одягу»**

*Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ключові демографічні та психографічні ознаки цільової аудиторії для еко-одягу (ЦА).
2. Сформулюйте два основних питання для SWOT-аналізу конкурентного середовища у цьому сегменті.

*Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте пріоритетність SEO чи SMM на етапі запуску онлайн-магазину.
2. Запропонуйте ідею digital-кампанії для підвищення лояльності серед наявної ЦА.

*Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, у чому полягає роль сертифікації (наприклад, Organic Certification) для формування цінності бренду.
2. Запропонуйте один інструмент управління якістю, що мінімізує повернення товару.

### **Варіант №2. Кейс «Мережа міні-пекарень»**

*Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ЦА для пекарні, що знаходиться у спальному районі, та її ключову потребу.
2. Опишіть два найефективніші інструменти digital-маркетингу для локального просування.

*Завдання Б. Конкуренція та позиціонування*

1. Сформулюйте унікальну торговельну пропозицію (УТП), що дозволить виділитися на ринку.
2. Запропонуйте метод аналізу конкурентного середовища (наприклад, «таємний покупець») для цього кейсу.

### *Завдання В. Управління якістю*

1. Обґрунтуйте необхідність стандартизації виробничих процесів для розширення мережі.
2. Запропонуйте показник (метрику) управління якістю послуг у пекарні.

### **Варіант №3. Кейс «Торгівля імпортованими гаджетами»**

#### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте цільову аудиторію для гаджетів преміум-сегменту та особливості їхнього пошуку інформації.
2. Поясніть, які етапи маркетингового аналізу є найризикованішими при роботі з імпортом.

#### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте роль SEO у продажу техніки (довгий цикл покупки).
2. Сформулюйте тему для digital-кампанії, націлену на підвищення лояльності до імпортованого бренду.

#### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, як сертифікація товару впливає на формування довіри у покупців дорогої техніки.
2. Запропонуйте підхід до управління якістю сервісного обслуговування після продажу.

### **Варіант №4. Кейс «Продаж B2B програмного забезпечення для рітейлу»**

#### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте цільову особу (Buyer Persona) в торговельному підприємстві, яка приймає рішення про покупку ПЗ.
2. Сформулюйте два ключові фактори конкурентного середовища, що впливають на B2B продажі.

#### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте пріоритетність Email-маркетингу чи контекстної реклами у B2B сфері.
2. Поясніть, як SEO допомагає залучати клієнтів у B2B.

#### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, у чому полягає стандартизація послуг впровадження програмного забезпечення.
2. Запропонуйте метрику для вимірювання лояльності клієнтів до ПЗ (наприклад, NPS).

## **Варіант №5. Кейс «Регіональна мережа будівельних матеріалів»**

### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте цільові сегменти аудиторії (B2C / B2B) та їхні критерії вибору товару.

2. Сформулюйте два етапи маркетингового аналізу, що дозволяють виявити вільні ніші на ринку.

### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте необхідність локального SEO для просування фізичної мережі магазинів.

2. Запропонуйте інструмент digital-маркетингу для роботи з низькою лояльністю до будівельних матеріалів.

### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть сутність стандартизації процесу консультування клієнтів у торгівлі.

2. Запропонуйте сучасний підхід до управління якістю товарів, що мають тривалий термін експлуатації.

## **Варіант №6. Кейс «Онлайн-платформа з продажу hand-made виробів»**

### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ЦА для унікальних hand-made виробів, сфокусувавшись на емоційній складовій покупки.

2. Поясніть, як провести аналіз конкурентів, якщо кожен товар унікальний.

### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте пріоритетність візуального контенту та Instagram для цієї ніші.

2. Запропонуйте креативну digital-кампанію для залучення нових майстрів на платформу.

### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, у чому полягає стандартизація опису та фотографій товару на платформі.

2. Запропонуйте механізм формування лояльності до платформи, а не лише до майстра.

## **Варіант №7. Кейс «Мережа кав'ярень формату drive-thru»**

### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ЦА для формату drive-thru та її основний мотив покупки.

2. Опишіть два етапи маркетингового аналізу, необхідних для вибору нового місця розташування.

*Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте роль геотаргетингу та Google Maps у digital-просуванні.

2. Запропонуйте ідею digital-кампанії для підвищення частоти покупок (лояльності).

*Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, як стандартизація швидкості обслуговування впливає на загальну якість послуги.

2. Запропонуйте показник управління якістю продукції, що вимірюється щоденно.

**Варіант №8. Кейс «Торгівля дитячими іграшками через маркетплейси»**

*Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ЦА (хто приймає рішення та хто користується) та її основні страхи при покупці.

2. Сформулюйте дві особливості аналізу конкурентного середовища на маркетплейсах.

*Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте важливість SEO для карток товару на маркетплейсі.

2. Запропонуйте механізм формування лояльності до продавця, а не лише до платформи.

*Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, як сертифікація товару впливає на SEO-рейтинг картки товару.

2. Запропонуйте сучасний підхід до управління якістю, що ґрунтується на відгуках клієнтів.

**Варіант №9. Кейс «Мережа магазинів формату discount (низькі ціни)»**

*Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ЦА для дискаунтера та її пріоритети при виборі магазину.

2. Сформулюйте два етапи маркетингового аналізу, критично важливих для дискаунтерів.

### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте необхідність промо-акцій та їх просування через digital-канали.
2. Запропонуйте інструмент digital-маркетингу для формування лояльності у ЦА, чутливої до ціни.

### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, у чому полягає виклик управління якістю в умовах мінімальних цін.
2. Запропонуйте показник для оцінки якості обслуговування при високому потоці покупців.

## **Варіант №10. Кейс «Продаж меблів через власний онлайн-магазин»**

### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ключові бар'єри та мотиви ЦА при купівлі меблів онлайн (довгий цикл рішення).
2. Опишіть два етапи маркетингового аналізу, необхідних перед запуском магазину.

### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте пріоритетність контент-маркетингу та SEO у цій ніші.
2. Запропонуйте ідею digital-кампанії, націлену на підвищення довіри до онлайн-продавця меблів.

### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, як стандартизація складання меблів впливає на лояльність клієнтів.
2. Запропонуйте підхід до управління якістю логістики та доставки.

## **Варіант №11. Кейс «Продаж сезонних спортивних товарів»**

### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте цільові сегменти та їхню сезонну потребу.
2. Сформулюйте два ключові фактори конкурентного середовища, що змінюються залежно від сезону.

### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте важливість контекстної реклами (PPC) в період високого попиту.
2. Запропонуйте елемент digital-кампанії для утримання лояльності в міжсезоння.

### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, як стандартизація процесу повернення товару впливає на лояльність споживачів.
2. Запропонуйте сучасний підхід до управління якістю орендованого спортивного спорядження.

### **Варіант №12. Кейс «Мережа квіткових магазинів та онлайн-доставка»**

#### *Завдання А. Маркетинговий аналіз*

1. Визначте ЦА для квітів (хто купує / кому дарують) та емоційний мотив покупки.
2. Опишіть два етапи маркетингового аналізу, критично важливих для служби доставки.

#### *Завдання Б. Digital-просування*

1. Обґрунтуйте пріоритетність геотаргетингу та SMM для цього бізнесу.
2. Запропонуйте ідею digital-кампанії для збільшення середнього чека покупки.

#### *Завдання В. Управління якістю*

1. Поясніть, як сертифікація постачальників впливає на якість кінцевого букета.
2. Запропонуйте метрику управління якістю доставки (наприклад, оцінка часу).

## **3.3 САМОСТІЙНЕ ЗАВДАННЯ 3**

### **Фінансовий менеджмент та оцінка ефективності**

**Мета:** навчити застосовувати ключові інструменти фінансового менеджменту у торгівлі: бюджетування, аналіз рентабельності та ліквідності, використання KPI для обґрунтування рішень.

**Завдання:** дослідити цінову політику, проаналізувати фінансову звітність за коефіцієнтами, оцінити результативність діяльності за системою KPI, розглянути мотиваційні аспекти.

**Порядок виконання:** студент обирає варіант (№1–12) і виконує три обов'язкові завдання.

**Вимоги до оформлення:** написання у зошиті або друкована робота (аркуші А4, шрифт Times New Roman 14, інтервал 1,5).

## Варіанти комплексних завдань

№	Кейс	Завдання А. Бюджетування та ціна	Завдання Б. Аналіз фінансової стійкості	Завдання В. КРІ та мотивація
1	Онлайн-рітейл (техніка)	Яку цінову стратегію обрати для нового товару? Обґрунтуйте її вплив на рентабельність першого кварталу.	Як зміниться коефіцієнт абсолютної ліквідності, якщо погасити 150 тис. грн кредиту за 200 тис. грн власних коштів?	Запропонуйте два КРІ для менеджера з продажів, що спонукають до контролю дебіторської заборгованості.
2	Мережа пекарень (B2C)	Який метод бюджетування («з нуля» чи інкрементний) є доцільним для нової точки? Як це вплине на маржинальність?	Визначте, як збільшення запасів на 30 тис. грн вплине на коефіцієнт поточної ліквідності (Активи=150 тис. грн, Зобов'язання=100 тис. грн).	Розробіть КРІ для закупника сировини, який мотивує його знижувати собівартість без шкоди для якості.
3	Оптова торгівля (B2B)	Яку цінову політику (гнучку чи фіксовану) застосувати для великих клієнтів? Як це захистить від цінових війн?	Поясніть, що означає зниження рентабельності активів на 5% при зростанні продажів на 10%. Ваше управлінське рішення?	Які два КРІ слід встановити для фінансового менеджера, щоб мотивувати його до оптимізації кредиторської та дебіторської заборгованості?
4	Франчайзингова мережа (кав'ярні)	Як бюджетувати роялті-платежі? Яку ціну (паушальний внесок) встановити, щоб швидко покрити витрати на запуск франшизи?	Визначте необхідне скорочення дебіторської заборгованості (30 тис. грн), щоб досягти коефіцієнта швидкої ліквідності 1.0 (Зобов'язання =120 тис. грн, Ліквід. Активи=100 тис. грн).	Запропонуйте мотиваційну систему (негрошову) для керівника відділу управління якістю, що ґрунтується на КРІ лояльності клієнтів (NPS).
5	Мережа супермаркетів (FMCG)	Який метод бюджетування (наприклад, приростний) застосувати до рекламного бюджету? Як вплине знижка 15% на 30% асортименту на загальну рентабельність?	Визначте, як списання неліквідних запасів (10 тис. грн) вплине на коефіцієнт маневреності власного капіталу.	Розробіть КРІ для керівника відділу контролю запасів, що мотивує його до зниження витрат на зберігання та збільшення оборотності.
6	Онлайн-підписка (сервіс)	Який горизонт бюджетування (місяць/квартал/рік) є найдоцільнішим для бізнесу з підпискою? Як цінова дискримінація вплине	Поясніть, чому коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості має бути > 1. Які ризики	Запропонуйте мотиваційну систему для маркетолога, що ґрунтується на КРІ не лише залучення, а й утримання клієнтів.

		на LTV (життєву цінність клієнта)?	при зворотному співвідношенні?	
7	Продаж преміум-меблів	Яку цінову політику (на основі вартості чи конкурентів) обрати для унікальних меблів? Як кредит на покупку вплине на рентабельність продажів?	Розрахуйте ідеальне співвідношення власного та позикового капіталу для забезпечення фінансової стійкості при співвідношенні рентабельності активів до рентабельності власного капіталу 0.7.	Які два КРІ відображають результативність роботи відділу доставки та збирання меблів? Обґрунтуйте їхній вплив на лояльність.
8	Дискаунтер (низькі ціни)	Який метод ціноутворення (на основі собівартості чи конкурентний) є єдино можливим для дискаунтера? Як планувати бюджет закупівель у кризовий період?	Поясніть, чому для дискаунтера може бути допустимим низький коефіцієнт поточної ліквідності (< 1). Який ризик це несе?	Запропонуйте мотиваційну систему для директора магазину, що включає КРІ за скорочення операційних витрат та збільшення пропускної здатності.
9	Торгівля B2B обладнанням	Як бюджетувати витрати на тендери? Яку цінову політику застосовувати, якщо ваш продукт має вищу якість, але й вищу собівартість?	Визначте, наскільки має зрости чистий прибуток (зараз 50 тис. грн), щоб рентабельність власного капіталу досягла 25% (Власний капітал = 300 тис. грн).	Які два КРІ відображають результативність роботи менеджера з продажу B2B обладнання в аспекті довгострокового співробітництва?
10	Сезонна торгівля (спортивні товари)	Який період бюджетування (наприклад, 3 місяці) має найбільший сенс? Як цінова політика має змінюватися між сезоном та міжсезонням?	Поясніть, як зростання кредиторської заборгованості на 40% вплине на фінансовий леверидж та фінансову стійкість компанії в період низького сезону.	Запропонуйте КРІ для керівника відділу складської логістики, що мотивує його мінімізувати залишки товару після закінчення сезону.
11	Роздрібна мережа Fast Fashion	Який метод бюджетування застосувати для частих маркетингових акцій? Яка цінова політика дозволяє швидко «позбутися» старих колекцій?	Визначте, як зменшення поточних зобов'язань на 20 тис. грн вплине на коефіцієнт поточної ліквідності (Активи=80 тис. грн, Зоб=60 тис. грн).	Розробіть мотиваційну систему для продавців, що включає КРІ не лише за обсягом продажів, а й за середнім чеком та крос-продажами.
12	Аптечна мережа (B2C)	Яку цінову політику слід застосовувати до соціально значущих ліків, а яку – до супутніх товарів? Як це відобразити у бюджеті доходів?	Поясніть, що означає низька рентабельність активів (< 5%) у цій галузі. Які джерела фінансової стійкості є ключовими для аптеки?	Запропонуйте два КРІ для фармацевта, що відображають його результативність у продажах та якість обслуговування/консультування.

## 3.4 САМОСТІЙНЕ ЗАВДАННЯ 4

### Ризики та ефективність бізнесу

**Мета:** навчити студентів ідентифікувати, оцінювати та управляти ключовими торговельними ризиками (валютними, логістичними). Сформувати навички комплексного аналізу ефективності торговельної діяльності та розробки систем індикаторів результативності.

**Завдання:** дослідити механізми управління ризиками; розробити систему показників ефективності (KPI); провести порівняльний аналіз результативності різних торговельних форматів.

**Порядок виконання:** студент виконує три інтегровані завдання: аналітичний кейс (роль), задача-розрахунок та вправа на відповідність. Робота виконується у форматі презентації.

### Варіанти комплексних завдань

#### Варіант 1

**Роль:** Фінансовий керівник компанії, що імпортує медичне обладнання.

**Завдання:** Розробити стратегію хеджування валютного ризику при закупівлі товару в євро (€) на 6 місяців.

**Дані для розрахунків (ROI/ROA\*, грн):**

Філія А: чистий прибуток – 500 тис., активи – 4 млн, інвест. капітал – 3 млн.

Філія Б: чистий прибуток – 650 тис., активи – 4,5 млн, інвест. капітал – 3,5 млн.

\* ROI (Return on Investment) – рентабельність інвестицій

Показує, який прибуток отримано з вкладених коштів.

ROA (Return on Assets) – рентабельність активів

Показує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для отримання прибутку.

**Вправа на відповідність:** Типи ризиків (валютний, логістичний, репутаційний) ↔ заходи їх мінімізації.

#### Варіант 2

**Роль:** Керівник відділу логістики компанії-експортера агропродукції.

**Завдання:** Проаналізувати та запропонувати заходи щодо зниження ризику зриву постачання через блокування кордонів/портів.

**Дані для розрахунків (оборотність запасів та GMROI\*, грн):**

Середньорічні запаси – 2 млн.

Собівартість проданих товарів – 10 млн.

Середньорічна інвестиція в запаси – 1,5 млн.

Валовий прибуток – 4 млн.

\*Gross Margin Return on Inventory Investment) – прибутковість інвестицій у запаси

*Вправа на відповідність:* КРІ категорії (фінансові, операційні, клієнтські) ↔ приклади показників.

### Варіант 3

*Роль:* Менеджер з управління асортиментом мережі будівельних гіпермаркетів.

*Завдання:* Оцінити ризик неліквідності запасів і розробити план дій для мінімізації втрат.

*Дані для розрахунків (LTV/CAC\*, грн):*

Канал 1 (онлайн): середній чек – 800, маржа – 30%, повторні покупки – 3, вартість залучення – 500.

Канал 2 (офлайн): середній чек – 1200, маржа – 25%, повторні покупки – 2, вартість залучення – 800.

\* LTV/CAC – це один із ключових показників ефективності бізнесу, особливо в B2B/B2C, e-commerce, SaaS та сервісах.

Він показує, скільки грошей приносить один клієнт протягом всього часу співпраці (LTV) порівняно з тим, скільки коштує його залучення (CAC).

*Вправа на відповідність:* Етапи управління ризиками (ідентифікація, оцінка, реагування) ↔ конкретні інструменти.

### Варіант 4

*Роль:* CEO мережі кав'ярень.

*Завдання:* Визначити ключові операційні ризики (плинність кадрів, якість сировини) та розробити 3 КРІ для їх моніторингу.

*Дані для розрахунків (точка беззбитковості, грн):*

Ціна продажу десерту – 80

Змінні витрати на одиницю – 35

Загальні постійні витрати на місяць – 150 000

*Завдання:* розрахувати BEP\* у одиницях та грошах.

\* BEP (Break-Even Point) – це точка беззбитковості, тобто обсяг продажу, за якого прибуток = 0.

*Вправа на відповідність:* Торговельні формати (онлайн-магазин, спеціалізований магазин, гіпермаркет) ↔ ключові ризики.

### Варіант 5

*Роль:* Аналітик у великій B2B\* компанії-дистриб'юторі.

*Завдання:* Провести порівняльний аналіз ефективності роботи двох комерційних відділів (за регіонами) на основі наданих фінансових даних.

*Дані для розрахунків (цикл обігу коштів, дні):*

Період обігу запасів – 60

Період дебіторської заборгованості – 45

Період кредиторської заборгованості – 30

\* B2B (Business-to-Business) – це модель взаємодії, коли одна компанія продає товари або послуги іншій компанії, а не кінцевим споживачам.

*Завдання:* розрахувати ССС\* та запропонувати скорочення на 10 днів.

\* ССС (Cash Conversion Cycle) – це цикл конверсії грошових коштів, або фінансовий операційний цикл.

ССС показує, скільки днів гроші "заморожені" в запасах і дебіторській заборгованості, перш ніж повернуться в бізнес у вигляді грошових надходжень.

*Вправа на відповідність:* Інструменти валютного хеджування (форвард, опціон, своп) ↔ принцип їх дії.

### **Варіант 6**

*Роль:* Менеджер із безпеки роздрібної мережі.

*Завдання:* Розробити систему заходів щодо запобігання внутрішнім втратам (shrinkage), спричинених крадіжками та шахрайством персоналу.

*Дані для розрахунків (EOQ\*, шт/грн):*

Річний попит – 10 000 одиниць

Вартість розміщення одного замовлення – 500 грн

Вартість зберігання одиниці товару на рік – 5 грн

\* EOQ (Economic Order Quantity) – це економічно оптимальний розмір замовлення. Це модель, яка допомагає визначити, скільки одиниць товару треба замовляти щоразу, щоб мінімізувати загальні витрати на запаси.

*Вправа на відповідність:* Показники ефективності (маржа, оборотність, ліквідність) ↔ економічний зміст.

### **Варіант 7**

*Роль:* Директор з E-commerce.

*Завдання:* Проаналізувати ризик кібербезпеки та витоку даних клієнтів для онлайн-платформи та визначити мінімум 3 превентивні заходи.

*Дані для розрахунків (ROS/ROE\*, грн):*

Чистий прибуток – 1,2 млн

Виручка – 15 млн

Власний капітал – 5 млн

\* ROS (Return on Sales) – рентабельність продажів

Показує, яку частку прибутку компанія отримує з кожної гривні виручки.

ROE (Return on Equity) – рентабельність власного капіталу

Показує, наскільки ефективно компанія використовує гроші власників (акціонерів).

*Завдання:* розрахувати ROS та ROE. Як зміниться ROE, якщо компанія візьме кредит 2 млн під 15% річних (прибуток не змінився)?

*Вправа на відповідність:* Джерела логістичних ризиків (склад, транспортування, митниця) ↔ приклади несприятливих подій.

## Варіант 8

*Роль:* Керівник відділу закупівель.

*Завдання:* Оцінити ризик залежності від одного постачальника та розробити план диверсифікації постачань для критичних компонентів.

*Дані для розрахунків (еластичність попиту):*

Початкова ціна – 100 грн

Початковий обсяг продажів – 5000 шт

Коефіцієнт цінової еластичності – -0,8

*Завдання:* розрахувати новий обсяг продажів та дохід, якщо ціна зросте на 10%.

*Вправа на відповідність:* Елементи BSC\* (фінанси, клієнти, процеси, навчання) ↔ приклади цілей.

\* BSC (Balanced Scorecard – збалансована система показників) – це система стратегічного управління, яка допомагає оцінювати бізнес не тільки за фінансами, а комплексно – через чотири ключові перспективи.

◆ 4 елементи (перспективи) BSC:

1. Фінансова перспектива

Показує, наскільки бізнес фінансово успішний.

*Приклади KPI:* прибутковість, маржинальність, оборотність активів.

2. Клієнтська перспектива

Оцінює, наскільки компанія задовольняє потреби клієнтів.

*Приклади KPI:* рівень задоволеності, повторні покупки, частка ринку.

3. Внутрішні бізнес-процеси

Вимірює ефективність операцій усередині компанії.

*Приклади KPI:* час обробки замовлення, якість продукції, логістичні витрати.

4. Навчання та розвиток (персонал/інновації)

Відповідає за розвиток працівників і здатність компанії до інновацій.

*Приклади KPI:* плинність кадрів, рівень навчання, кількість нових проєктів.

## Варіант 9

*Роль:* Консультант з операційної ефективності.

*Завдання:* Провести порівняльний аналіз результативності різних відділів (маркетинг / продажі) та запропонувати інтегровану систему показників.

*Дані для розрахунків:*

Компанія X: виручка – 20 млн, собівартість – 12 млн, операційні витрати – 4 млн

Компанія Y: виручка – 25 млн, собівартість – 16 млн, операційні витрати – 5 млн

*Завдання:* розрахувати чистий прибуток (податок 20%) та операційну маржу.

*Вправа на відповідність:* Метрики роздрібної торгівлі (середній чек, конверсія, трафік) ↔ формула розрахунку.

### **Варіант 10**

*Роль:* Менеджер із зовнішньоекономічної діяльності.

*Завдання:* Ідентифікувати ризики, пов'язані з міжнародним торговельним правом та ліцензуванням при виході на новий ринок (Азія).

*Дані для розрахунків (ліквідність, грн):*

Грошові кошти – 500 тис

Короткострокові фінансові інвестиції – 200 тис

Поточні зобов'язання – 2,5 млн

*Завдання:* розрахувати коефіцієнт абсолютної ліквідності та оцінити його.

*Вправа на відповідність:* Внутрішні / зовнішні ризики (крадіжка, інфляція, зміна податків) ↔ категорія ризику.

### **Варіант 11**

*Роль:* Керівник відділу якості та сертифікації.

*Завдання:* Розробити систему запобігання репутаційному ризику через невідповідність товару стандартам і необхідність його відкликання.

*Дані для розрахунків (DCF\*, грн):*

Початкові інвестиції (рік 0) – 500 000

Очікуваний річний грошовий потік (роки 1–3) – 200 000

Ставка дисконтування – 12%

\* Discounted Cash Flow – це метод оцінки вартості бізнесу або інвестиційного проекту, який базується на прогнозі майбутніх грошових потоків та їхньому дисконтуванні (приведенні) до поточної вартості.

*Завдання:* розрахувати NPV проекту.

*Вправа на відповідність:* Типи торговельних систем (традиційна, франчайзинг, агрегатор/маркетплейс) ↔ ключові характеристики.

### **Варіант 12**

*Роль:* Менеджер з управління проектами в ритейлі.

*Завдання:* Проаналізувати ризик невчасного відкриття нового магазину (будівельні/документальні ризики) та розробити план “антикризового” реагування.

*Дані для розрахунків (цільова маржа):*

Поточна закупівельна ціна – 150 грн

Поточна ціна продажу – 250 грн

Бажана маржа прибутку – 45% від ціни продажу

*Завдання:* на скільки (%) потрібно збільшити ціну продажу, щоб досягти цільової маржі?

*Вправа на відповідність:* Інструменти оцінки ризиків (FMEA, сценарний аналіз, індекс ризику) ↔ мета використання.

#### **4 ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ**

*1. Сутність торговельного підприємництва полягає у:*

- A. Виробництві товарів
- B. Обміні та продажу товарів і послуг
- C. Організації та управлінні торговельною діяльністю
- D. Зберіганні сировини та матеріалів

*2. Основна функція торгівлі:*

- A. Виробництво продукції
- B. Посередництво між виробником і споживачем
- C. Управління персоналом
- D. Наукові дослідження

*3. Бартерна система – це:*

- A. Обмін товару на товар без використання грошей
- B. Використання грошей як засобу обігу
- C. Електронна комерція
- D. Банківський кредит

*4. Цифрова економіка в торгівлі передбачає:*

- A. Онлайн-продажі, мобільні додатки, електронні платежі
- B. Тільки готівкові розрахунки
- C. Лише оптову торгівлю
- D. Виключно експорт

*5. Традиційні торговельні моделі включають:*

- A. Роздрібні та оптові магазини
- B. Тільки маркетплейси
- C. Мобільні додатки
- D. Використання криптовалюти

*6. Організаційно-правова форма ТОВ характеризується:*

- A. Необмеженою відповідальністю учасників
- B. Обмеженою відповідальністю учасників

- C. Державним управлінням
- D. Виключно благодійною діяльністю

7. *Ліцензування підприємницької діяльності потрібне для:*

- A. Оплати податків
- B. Легальної діяльності у певних сферах
- C. Створення бухгалтерського обліку
- D. Проведення маркетингових кампаній

8. *Спрощена система оподаткування передбачає:*

- A. Податки на всі види доходу підприємства
- B. Фіксовану ставку податку для малого бізнесу
- C. Обов'язковий корпоративний податок
- D. Виключно ПДВ

9. *Канали збуту включають:*

- A. Роздріб, оптова торгівля, e-commerce
- B. Лише франчайзинг
- C. Тільки експорт
- D. Виробництво товарів

10. *Франчайзинг дозволяє:*

- A. Купувати товар за оптовою ціною
- B. Розширювати мережу під одним брендом
- C. Підвищувати податки
- D. Впроваджувати виробничі технології

11. *Основна мета управлінського обліку у торгівлі:*

- A. Виробництво продукції
- B. Контроль і аналіз витрат, прибутків та запасів
- C. Ліцензування підприємства
- D. Маркетингові дослідження

12. *Метод ABC/XYZ використовується для:*

- A. Планування рекламних кампаній
- B. Управління запасами та класифікації товарів
- C. Оптимізації податків
- D. Розрахунку зарплат персоналу

13. *Основні канали електронної комерції:*

- A. Соціальні мережі, маркетплейси, власні сайти
- B. Тільки офлайн-магазини
- C. Банківські операції
- D. Дистрибуція через державні структури

14. *Цифрові технології у торгівлі дозволяють:*
- A. Підвищити ефективність продажів і обслуговування клієнтів
  - B. Лише збільшити витрати
  - C. Замінити персонал повністю
  - D. Обмежити торговельні канали
15. *KPI (ключові показники ефективності) у торгівлі вимірюють:*
- A. Рівень продажів, прибуток, оборотність запасів
  - B. Кількість відпрацьованих годин
  - C. Витрати на податки
  - D. Тільки маркетингові витрати
16. *Валовий прибуток торговельного підприємства визначається як:*
- A. Різниця між виручкою та собівартістю проданих товарів
  - B. Загальні витрати на персонал
  - C. Податки та збори
  - D. Інвестиції у маркетинг
17. *Метод JIT (Just in Time) у логістиці передбачає:*
- A. Накопичення великих запасів
  - B. Постачання товарів точно в строк потреби
  - C. Виключно оптову торгівлю
  - D. Ліцензування постачальників
18. *Основне завдання цифрового маркетингу у торгівлі:*
- A. Збільшення онлайн-продажів та впізнаваності бренду
  - B. Контроль виробничих процесів
  - C. Оптимізація податкових платежів
  - D. Організація складських приміщень
19. *Ланцюг постачання (SCM) включає:*
- A. Виробництво, логістику, дистрибуцію та продаж
  - B. Лише оптову торгівлю
  - C. Маркетинг і рекламу
  - D. Податковий облік
20. *Система управління якістю в торгівлі включає:*
- A. Стандартизацію та сертифікацію товарів
  - B. Виключно контроль прибутку
  - C. Оптимізацію закупівель
  - D. Організацію персоналу
21. *Основний ризик валютних коливань для імпортера полягає у:*
- A. Зменшенні вартості закупівель у національній валюті
  - B. Затримках у постачанні

- C. Плинності кадрів
- D. Збої у роботі ІТ-систем

22. Ціль аналізу фінансової звітності:

- A. Визначення рентабельності, ліквідності та ефективності підприємства
- B. Організація реклами
- C. Розробка логістичних маршрутів
- D. Вибір постачальників

23. Основні етапи управління ризиками у торгівлі:

- A. Ідентифікація, оцінка, реагування
- B. Планування, виробництво, продаж
- C. Ліцензування, сертифікація, оподаткування
- D. Контроль, звітність, аудит

24. Використання Industry 4.0 у торгівлі включає:

- A. AI, Big Data, IoT
- B. Тільки бухгалтерський облік
- C. Виробництво безпосередньо на місці продажу
- D. Ручне управління складом

25. Порівняльний аналіз ефективності торговельних мереж допомагає:

- A. Визначити сильні та слабкі сторони та оптимізувати КРІ
- B. Обрати нових постачальників
- C. Виробляти нові товари
- D. Збільшити податкові відрахування

26. Точка безбитковості (BEP) у грошовому вираженні визначається як:

- A. Загальні витрати / (Ціна продажу – Змінні витрати на одиницю) × Ціна продажу
- B. Валовий прибуток – операційні витрати
- C. Собівартість товарів / кількість працівників
- D. Прибуток / річний оборот

27. Роль менеджера з управління асортиментом включає:

- A. Оцінку ризику неліквідності товарів і планування поповнення запасів
- B. Лише підбір персоналу
- C. Оподаткування підприємства
- D. Розробку реклами

28. Основні ризики онлайн-торгівлі включають:
- A. Кібербезпека, витік даних, відмови платіжних систем
  - B. Плинність кадрів
  - C. Затримки доставки вантажів
  - D. Репутаційні ризики
29. ROI (Return on Investment) показує:
- A. Прибутковість конкретних інвестицій
  - B. Рентабельність активів
  - C. Рівень оборотності запасів
  - D. Тільки чистий прибуток
30. ROA (Return on Assets) показує:
- A. Наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для отримання прибутку
  - B. Чистий дохід від продажів
  - C. Коефіцієнт ліквідності
  - D. Валовий прибуток
31. Основне завдання бюджетування у торгівлі:
- A. Планування доходів і витрат підприємства
  - B. Виробництво товарів
  - C. Управління персоналом
  - D. Ліцензування
32. Методика ABC-аналізу допомагає:
- A. Визначити найважливіші товари за обсягом продажів або оборотом
  - B. Планувати рекламні кампанії
  - C. Розраховувати податки
  - D. Організувати навчання персоналу
33. Основні формати торгівлі включають:
- A. Онлайн-магазини, спеціалізовані магазини, гіпермаркети
  - B. Тільки оптову торгівлю
  - C. Банківські операції
  - D. Виробництво продукції
34. Digital-маркетинг у торгівлі включає:
- A. Соціальні мережі, SEO-просування, рекламу в Інтернеті
  - B. Оптимізацію податків
  - C. Виробництво товарів
  - D. Тільки зовнішню рекламу

35. *Основна мета KPI у торговельній компанії:*
- A. Вимірювати ефективність процесів і результативність бізнесу
  - B. Визначати податкові зобов'язання
  - C. Розробляти нові продукти
  - D. Наймати персонал
36. *Валовий прибуток (Gross Profit) визначається як:*
- A. Виручка – собівартість проданих товарів
  - B. Чистий прибуток – податки
  - C. Активи – пасиви
  - D. Собівартість виробництва / кількість товарів
37. *Основне призначення SWOT-аналізу у торгівлі:*
- A. Визначення сильних та слабких сторін, можливостей і загроз
  - B. Розрахунок податків
  - C. Підбір персоналу
  - D. Планування логістики
38. *Основний ризик залежності від одного постачальника полягає у:*
- A. Перебоях у постачанні критичних товарів
  - B. Зниженні цін на продукцію
  - C. Збільшенні зарплат
  - D. Витраті на маркетинг
39. *Елементи BSC (Balanced Scorecard) включають:*
- A. Фінанси, клієнти, внутрішні процеси, навчання та розвиток
  - B. Тільки фінанси
  - C. Тільки маркетинг
  - D. Лише логістику
40. *CCC (Cash Conversion Cycle) вимірює:*
- A. Час, необхідний для перетворення запасів у грошові кошти
  - B. Чистий прибуток підприємства
  - C. Витрати на персонал
  - D. Податкові зобов'язання
41. *Основне завдання антикризового управління у торгівлі:*
- A. Адаптація бізнес-моделі до кризових ситуацій та оптимізація витрат
  - B. Виробництво додаткових товарів
  - C. Проведення маркетингових досліджень
  - D. Ліцензування постачальників

42. Основні цифрові інструменти для e-commerce включають:
- A. Мобільні додатки, маркетплейси, системи доставки
  - B. Тільки касові апарати
  - C. Оптові склади
  - D. Виключно бухгалтерський облік
43. Методи управління запасами (JIT, EOQ) використовуються для:
- A. Оптимізації обсягу та термінів поставок товарів
  - B. Розробки рекламних кампаній
  - C. Підбору персоналу
  - D. Ліцензування підприємства
44. Основне завдання аналізу фінансової ефективності:
- A. Оцінка рентабельності, ліквідності та прибутковості підприємства
  - B. Організація маркетингових заходів
  - C. Розробка логістичних маршрутів
  - D. Підбір постачальників
45. Роль корпоративної соціальної відповідальності (CSR) у торгівлі полягає у:
- A. Підвищенні репутаційного капіталу та реалізації соціальних ініціатив
  - B. Оптимізації податків
  - C. Підборі персоналу
  - D. Виключно збільшенні продажів
46. Основне призначення франчайзингу у торгівлі:
- A. Розширення торговельної мережі за рахунок партнерів
  - B. Підвищення заробітної плати персоналу
  - C. Оптимізація податкових платежів
  - D. Організація внутрішнього контролю
47. Основна перевага онлайн-торгівлі порівняно з офлайн:
- A. Доступність для широкої аудиторії та зниження витрат на оренду
  - B. Зменшення податкових зобов'язань
  - C. Підвищення кількості працівників
  - D. Виключно контроль над якістю товарів
48. Основні компоненти ланцюга постачання (SCM):
- A. Постачальники, виробництво, дистрибуція, клієнти
  - B. Лише складські операції
  - C. Виключно маркетингові заходи
  - D. Бухгалтерський облік

49. Основна мета використання системи LTV/CAC у торгівлі:
- A. Визначення ефективності залучення та утримання клієнтів
  - B. Контроль витрат на виробництво
  - C. Ліцензування продукції
  - D. Планування запасів
50. Основний фактор успіху торговельної компанії при виході на новий ринок:
- A. Аналіз ринку, конкурентів та споживачів
  - B. Зниження податкових зобов'язань
  - C. Оптимізація внутрішніх процесів
  - D. Підвищення заробітної плати

## 5 ЗАДАЧІ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИРІШЕННЯ

**Задача 1.** Розрахуйте, скільки одиниць товару потрібно закупити на місяць, якщо середньомісячний продаж становить 800 одиниць, а плановий запас безпеки становить 15% від прогнозу.

**Задача 2.** Визначте чистий прибуток магазину, якщо виручка за місяць склала 120 000 грн, а загальні витрати на товари і операційні витрати становлять 90 000 грн.

**Задача 3.** Складіть таблицю з трьома постачальниками і проаналізуйте, який із них має найменший ризик затримки доставки.

**Задача 4.** Розрахуйте точку беззбитковості для нового продукту, якщо ціна продажу становить 50 грн, змінні витрати на одиницю – 30 грн, а постійні витрати на місяць – 40 000 грн.

**Задача 5.** Складіть короткий план дій для магазину, щоб знизити ризик крадіжок та внутрішніх втрат.

**Задача 6.** Розробіть просту систему KPI для відділу продажів, включивши не менше трьох показників, які допоможуть оцінити ефективність роботи.

**Задача 7.** Підготуйте пропозиції щодо оптимізації запасів на складі, якщо за останні три місяці частина товарів залежалася.

**Задача 8.** Розрахуйте ROI для маркетингової кампанії, якщо витрати склали 25 000 грн, а додатковий прибуток – 40 000 грн.

**Задача 9.** Складіть план заходів для зниження валютного ризику при закупівлі товару за кордоном із оплатою в євро.

**Задача 10.** Проведіть порівняльний аналіз двох торговельних точок за показниками чистого прибутку та обігу активів.

**Задача 11.** Розрахуйте економічний обсяг замовлення (EOQ) для товару, якщо річний попит становить 6 000 одиниць, витрати на розміщення замовлення – 400 грн, а витрати на зберігання одиниці – 6 грн.

**Задача 12.** Складіть план диверсифікації постачання для критичних товарів, якщо магазин залежить від одного постачальника.

**Задача 13.** Розрахуйте новий обсяг продажів, якщо ціна підвищується на 10%, а коефіцієнт цінової еластичності попиту становить -0,5, початковий обсяг – 1 000 одиниць.

**Задача 14.** Складіть таблицю для порівняння рентабельності трьох торговельних філій, використовуючи дані про чистий прибуток і активи.

**Задача 15.** Оцініть, як впровадження електронного каталогу для клієнтів вплине на повторні покупки та лояльність.

**Задача 16.** Розрахуйте грошовий цикл обігу коштів (ССС) для підприємства, якщо період обігу запасів становить 60 днів, дебіторської заборгованості – 45 днів, кредиторської заборгованості – 30 днів.

**Задача 17.** Проаналізуйте, які ризики виникають при відкритті нового магазину під час кризи, і запропонуйте три способи їх мінімізації.

**Задача 18.** Складіть просту модель бюджетування на наступний місяць, включивши виручку, змінні та постійні витрати.

**Задача 19.** Проведіть порівняння ефективності двох каналів збуту (онлайн та офлайн), враховуючи маржу та витрати на обслуговування.

**Задача 20.** Розрахуйте NPV невеликого проекту, якщо початкові інвестиції становлять 200 000 грн, очікуваний річний грошовий потік – 70 000 грн, ставка дисконтування – 12% на три роки.

**Задача 21.** Складіть короткий план антикризових заходів для мережі кав'ярень у разі обмеження постачання сировини.

**Задача 22.** Розрахуйте цільову маржу для нового продукту, якщо закупівельна ціна – 150 грн, бажана маржа – 40%.

**Задача 23.** Складіть таблицю основних ризиків логістики та запропонуйте конкретні методи їх мінімізації.

**Задача 24.** Проаналізуйте, як інтеграція цифрових технологій (мобільний додаток, онлайн-оплата) може вплинути на швидкість обслуговування клієнтів.

**Задача 25.** Розробіть короткий план підготовки персоналу для впровадження нових торговельних процедур та стандартів обслуговування.

**Задача 26.** Розрахуйте валовий прибуток магазину, якщо виручка за місяць склала 180 000 грн, а собівартість проданих товарів – 120 000 грн.

**Задача 27.** Складіть короткий план дій для зниження ризику залежності від одного постачальника для критичних товарів у торговельній мережі.

**Задача 28.** Розробіть модель оцінки ефективності роботи співробітників відділу продажів за допомогою трьох ключових показників.

**Задача 29.** Розрахуйте, скільки днів потрібно для відновлення запасів на складі, якщо середньоденний продаж становить 200 одиниць, а поточний запас – 1 200 одиниць.

**Задача 30.** Проаналізуйте, як впровадження нової системи обліку товарів може вплинути на скорочення втрат і підвищення ефективності управління запасами.

## **6 ПИТАННЯ ДО КОЛОКВІУМУ З ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»**

### **Питання до колоквіуму 1**

1. Сутність і функції торговельного підприємництва
2. Генеза торговельних систем від бартеру до цифрової економіки
3. Взаємозв'язок традиційних і сучасних торговельних моделей
4. Аналіз історичних кейсів трансформації торговельних систем
5. Сучасні проблеми розвитку торгівлі в Україні
6. Основні організаційно-правові форми торговельних підприємств
7. Переваги та недоліки різних організаційно-правових форм
8. Законодавче забезпечення діяльності у сфері торгівлі
9. Ліцензування та сертифікація торговельної діяльності
10. Захист прав підприємців та відповідальність за порушення

11. Вибір оптимальної правової форми ведення бізнесу
12. Типові правові помилки підприємців
13. Податкові системи для торговельних підприємств
14. Відмінності між спрощеною та загальною системами оподаткування
15. Оптимізація податкового навантаження
16. Бухгалтерський облік торговельних операцій
17. Складання фінансової звітності підприємства
18. Внутрішній фінансовий контроль
19. Податкові ризики та способи їх мінімізації
20. Аналіз рентабельності, ліквідності та оборотності
21. Основні канали збуту: роздрібна, оптова та електронна торгівля
22. Переваги і недоліки онлайн та офлайн-торгівлі
23. Франчайзинг як форма розширення торговельної мережі
24. Формати торгівлі та ризики їх диверсифікації
25. Розробка моделі розширення торговельної мережі
26. Фактори успішної багатоканальної торгівлі
27. Стратегічний маркетинг у торговельному бізнесі
28. Аналіз ринку, конкурентів і споживачів
29. Digital-маркетинг: соціальні мережі, реклама, SEO-просування
30. Розробка digital-кампаній для торговельних брендів
31. Система управління якістю в торгівлі
32. Стандартизація та сертифікація товарів
33. Контроль якості та вплив на лояльність клієнтів
34. Інтеграція маркетингу та управління якістю
35. Ланцюги постачання в торгівлі (SCM-моделі)
36. Методи управління запасами (ABC/XYZ-аналіз, JIT)
37. Особливості логістики продовольчих товарів
38. Особливості логістики непродовольчих товарів
39. Моделювання логістичних потоків у умовах дефіциту ресурсів
40. Розробка управлінських рішень для оптимізації запасів
41. Показники ефективності логістичних процесів
42. Вплив цифрових технологій на управління запасами
43. Використання аналітики та прогнозування в логістиці
44. Управління ризиками у торговельних операціях
45. Розробка системи KPI для торговельної діяльності
46. Порівняльний аналіз ефективності торговельних мереж
47. Оцінка фінансових та операційних результатів підприємства
48. Вплив інновацій на ефективність торгівлі
49. Інтеграція сучасних технологій у торговельні процеси
50. Сучасні тенденції розвитку торговельного підприємництва

## Питання до колоквиуму 2

1. Використання технологій Industry 4.0 у торгівлі (AI, Big Data, IoT)
2. Переваги застосування штучного інтелекту у торговельних процесах
3. Використання Big Data для прогнозування попиту
4. Інтернет речей (IoT) у логістиці та управлінні запасами
5. Електронна комерція та її вплив на структуру ринку
6. Мобільні додатки для клієнтів і торговельних мереж
7. Служби доставки: оптимізація логістики та підвищення сервісу
8. Інтеграція цифрових технологій у бізнес-процеси
9. Використання ERP-систем для управління торгівлею
10. Автоматизація процесів продажу та обліку
11. Концепції цифрових рішень у торгівлі
12. Віртуальні магазини та платформи маркетплейсів
13. Онлайн-оплата та безпечні платіжні системи
14. Вплив інновацій на конкурентоспроможність підприємств
15. Розробка інноваційних стратегій для торговельних компаній
16. Вплив цифрової трансформації на клієнтський досвід
17. Бюджетування торговельних підприємств
18. Формування цінової політики
19. Аналіз фінансової звітності: рентабельність
20. Аналіз ліквідності підприємства
21. Визначення ключових показників ефективності (KPI)
22. Розробка системи KPI для торговельних мереж
23. Методи оцінювання результативності торговельної діяльності
24. Порівняння ефективності різних торговельних форматів
25. Мотиваційні аспекти управління фінансовими ресурсами
26. Міжнародні торговельні операції: експорт та імпорт
27. Угоди та договори у зовнішній торгівлі
28. Митне регулювання та торговельні бар'єри
29. Особливості співпраці з митними органами
30. Міжкультурні комунікації у бізнесі
31. Розробка експортних стратегій для компанії
32. Партнерські відносини з іноземними контрагентами
33. Вплив глобалізації на торговельні підприємства
34. CSR-стратегії та екологічні практики у торгівлі
35. Етичні аспекти ціноутворення
36. Протидія контрафакту та захист прав споживачів
37. Соціальні ініціативи та репутаційний капітал підприємства
38. Формування етичної культури бізнесу
39. Управління валютними ризиками
40. Управління ризиком коливання попиту
41. Логістичні ризики та методи їх мінімізації
42. Індикатори результативності торговельної діяльності

43. Формування системи показників ефективності
44. Порівняльний аналіз ефективності торговельних мереж
45. Адаптація бізнес-моделей до кризових викликів
46. Оптимізація витрат у кризових умовах
47. Диверсифікація бізнесу для підвищення стійкості
48. Досвід українських компаній у кризових ситуаціях
49. Розробка антикризового плану для торговельної мережі
50. Стратегії підвищення гнучкості та стійкості бізнесу

## **7 ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ**

1. Адаптація бізнес-моделей до кризових викликів
2. Аналіз фінансової звітності: рентабельність
3. Аналіз ліквідності підприємства
4. Аналіз ринку, конкурентів і споживачів
5. Аналіз рентабельності, ліквідності та оборотності
6. Автоматизація процесів продажу та обліку
7. Вибір оптимальної правової форми ведення бізнесу
8. Використання аналітики та прогнозування в логістиці
9. Використання Big Data для прогнозування попиту
10. Використання ERP-систем для управління торгівлею
11. Використання технологій Industry 4.0 у торгівлі (AI, Big Data, IoT)
12. Вплив глобалізації на торговельні підприємства
13. Вплив інновацій на ефективність торгівлі
14. Вплив інновацій на конкурентоспроможність підприємств
15. Вплив цифрової трансформації на клієнтський досвід
16. Вплив цифрових технологій на управління запасами
17. Внутрішній фінансовий контроль
18. Віртуальні магазини та платформи маркетплейсів
19. Використання мобільних додатків для клієнтів і торговельних мереж
20. Генеза торговельних систем від бартеру до цифрової економіки
21. Диверсифікація бізнесу для підвищення стійкості
22. Digital-маркетинг: соціальні мережі, реклама, SEO-просування
23. Досвід українських компаній у кризових ситуаціях
24. Електронна комерція та її вплив на структуру ринку
25. Етичні аспекти ціноутворення
26. Захист прав підприємців та відповідальність за порушення
27. Застосування штучного інтелекту у торговельних процесах
28. Інтеграція цифрових технологій у бізнес-процеси
29. Інтеграція маркетингу та управління якістю
30. Інтеграція сучасних технологій у торговельні процеси
31. Інтернет речей (IoT) у логістиці та управлінні запасами
32. Контроль якості та вплив на лояльність клієнтів

33. Ключові показники ефективності (KPI)
34. Ланцюги постачання в торгівлі (SCM-моделі)
35. Логістичні ризики та методи їх мінімізації
36. Ліцензування та сертифікація торговельної діяльності
37. Методи оцінювання результативності торговельної діяльності
38. Методи управління запасами (ABC/XYZ-аналіз, JIT)
39. Міжкультурні комунікації у бізнесі
40. Міжнародні торговельні операції: експорт та імпорт
41. Моделювання логістичних потоків у умовах дефіциту ресурсів
42. Мотиваційні аспекти управління фінансовими ресурсами
43. Науково-аналітичне прогнозування в торгівлі
44. Основні канали збуту: роздрібна, оптова та електронна торгівля
45. Основні організаційно-правові форми торговельних підприємств
46. Онлайн-оплата та безпечні платіжні системи
47. Оптимізація витрат у кризових умовах
48. Оптимізація податкового навантаження
49. Особливості логістики непродовольчих товарів
50. Особливості логістики продовольчих товарів
51. Особливості співпраці з митними органами
52. Партнерські відносини з іноземними контрагентами
53. Переваги і недоліки онлайн та офлайн-торгівлі
54. Переваги застосування штучного інтелекту у торговельних процесах
55. Переваги та недоліки різних організаційно-правових форм
56. Податкові ризики та способи їх мінімізації
57. Податкові системи для торговельних підприємств
58. Порівняльний аналіз ефективності торговельних мереж
59. Порівняння ефективності різних торговельних форматів
60. Протидія контрафакту та захист прав споживачів
61. Розробка антикризового плану для торговельної мережі
62. Розробка digital-кампаній для торговельних брендів
63. Розробка експортних стратегій для компанії
64. Розробка інноваційних стратегій для торговельних компаній
65. Розробка моделі розширення торговельної мережі
66. Розробка системи KPI для торговельної діяльності
67. Розробка управлінських рішень для оптимізації запасів
68. Розробка стратегії цифрової трансформації
69. Система управління якістю в торгівлі
70. Соціальні ініціативи та репутаційний капітал підприємства
71. Стандартизація та сертифікація товарів
72. Стратегічний маркетинг у торговельному бізнесі
73. Стратегії підвищення гнучкості та стійкості бізнесу
74. Сучасні проблеми розвитку торгівлі в Україні
75. Сучасні тенденції розвитку торговельного підприємництва
76. Технологічні інновації у торговельних процесах

77. Типові правові помилки підприємців
78. Управління валютними ризиками
79. Управління ризиком коливання попиту
80. Управління ризиками у торговельних операціях
81. Фактори успішної багатоканальної торгівлі
82. Формування цінової політики
83. Формування системи показників ефективності
84. Формування етичної культури бізнесу
85. Франчайзинг як форма розширення торговельної мережі
86. Цифрові платформи та автоматизація процесів
87. Використання цифрових рішень для підвищення ефективності
88. Аналіз ефективності цифрових інструментів
89. Вплив технологічних інновацій на фінансові показники
90. Управлінський облік у цифровій економіці
91. Розширення торговельних каналів через цифрові рішення
92. Підвищення лояльності клієнтів через інновації
93. Використання аналітичних даних для оптимізації продажів
94. Оцінка фінансових та операційних результатів підприємства
95. Цифрова трансформація бізнес-процесів
96. Використання мобільних платформ для маркетингу
97. Впровадження систем контролю якості у торгівлі
98. Розробка системи управління інноваціями
99. Оптимізація торговельних процесів через цифровізацію
100. Інноваційні методи підвищення конкурентоспроможності

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### *Базова*

1. Азарян О. М. Торговельне посередництво в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Бізнес Інформ*. 2022. № 1. С. 132–139.
2. Андрійченко О. В. Логістичне управління в умовах цифровізації торгівлі. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 312 с.
3. Бойко А. І. Економічна безпека підприємства в умовах гібридної війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. С. 6–10.
4. Боковець В. В., Нечипоренко Т. Д. Торговельне підприємництво : електронний навчальний комбінованого (локального та мережного) використання. Вінниця : ВНТУ, 2025. 145 с.
5. Васильченко Т. М. Антикризове управління торговельним підприємством. Львів : Магнолія-2006, 2022. 204 с.
6. Гаврилюк М. В. Франчайзинг як ефективна модель торговельного посередництва в Україні. *Вісник ХНУ*. 2021. Вип. 102. С. 108–115.
7. Грищенко В. П. Організація торгівлі : підручник. 2-ге вид. Київ : Знання, 2021. 432 с.
8. Гуменна Ю. Ю. Цифрова трансформація логістичних ланцюгів. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 6. С. 135–142.
9. Демченко С. Л. Економічна стійкість торговельних підприємств : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 180 с.
10. Іванов П. М. Ефективність торговельного посередництва: критерії оцінки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 21. С. 58–63.

### *Допоміжна*

1. Валінкевич Н. В. Особливості функціонування торговельного підприємництва в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2024. № 63. С. 77–82.
2. Гарват О. В. Бізнес-планування діяльності торговельних підприємств у контексті забезпечення їх конкурентоспроможності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2025. № 2. С. 466–477.
3. Передерій Т. С. Механізм забезпечення сталого розвитку підприємства торгівлі на засадах антикризового управління. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «odern Economics*. 2023. № 40. С. 38-43.
4. Чуприна О. В. Розвиток вітчизняної роздрібно торгівлі: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. С. 104–111.

### *Інформаційні ресурси*

1. Міністерство економіки України : офіційний вебсайт. URL: <https://me.gov.ua/> (дата звернення: 23.12.2025)
2. Верховна Рада України (законодавча база) : офіційний вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 03.01.2026).
3. Міністерство фінансів України : офіційний вебсайт. URL: <https://mof.gov.ua/> (дата звернення: 03.01.2026)
4. Національний банк України : офіційний вебсайт. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 03.01.2026)
5. Державна служба статистики України : офіційний вебсайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.01.2026)
6. Кабінет Міністрів України : офіційний вебсайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 03.01.2026)
7. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD). URL: <https://www.oecd.org/> (дата звернення: 03.01.2026)
8. Державна регуляторна служба України : офіційний вебсайт. URL: <https://drs.gov.ua/publisher/ministerstvo-ekonomichnogo-rozvytku-i-torgivli-ukrayiny/> (дата звернення: 03.01.2026)
9. ННР дисципліни Торговельне підприємництво JetIQ. URL: [https://iq.vntu.edu.ua/b04213/html/nlr/nlr.php?card\\_id=97117&id=2685&renum=1](https://iq.vntu.edu.ua/b04213/html/nlr/nlr.php?card_id=97117&id=2685&renum=1) (дата звернення: 03.01.2026)

*Електронне навчальне видання*

**Тетяна Дмитрівна Нечипоренко**

**Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни  
«Торговельне підприємництво» зі спеціальності «Торгівля»**

Рукопис оформила: Т. Нечипоренко

Редактор: Н. Кравчук

Оригінал-макет виготовлено в РВВ ВНТУ

Підписано до видання 6.02.2026

Гарнітура Times New Roman.

Зам. № P2026-013.

Видавець та виготовлювач  
Вінницький національний технічний університет,  
Редакційно-видавничий відділ.

ВНТУ, ГНК, к. 114.

Хмельницьке шосе, 95,

м. Вінниця, 21021.

[press.vntu.edu.ua](http://press.vntu.edu.ua);

Email: [rvv.vntu@gmail.com](mailto:rvv.vntu@gmail.com)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.