

УД(0)42
Б 20

М. Д. Балджи,
І. А. Допіра,
В. О. Однолько

ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ



**М. Д. Балджи,
І. А. Допіра,
В. О. Однолько**

ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Навчальний посібник



УДК 339.1
ББК 65.42
Б 20

*Рекомендовано Вченою радою Одеського національного економічного
університету як навчальний посібник для студентів вищих
навчальних закладів (Протокол № 7 від 28 березня 2017 року)*

Рецензенти:

Антонюк Д. А. - віце-президент Запорізької торгово-промислової палати,
д.е.н., доцент

Перебийніс В. І. - професор кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики Полтавського університету економіки і торгівлі, д.е.н., професор

Кунділовська Т. А. - в.о. завідувача кафедри експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету, к.техн.н, доцент

Б 20 Балджи М. Д., Допіра І. А., Однолько В. О.

Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. –
Київ: Кондор-видавництва, 2017. – 368 с.

ISBN 978-617-7458-43-1

Навчальний посібник розроблено за вимогами кредитно-трансферної системи організації навчального процесу у вищих навчальних закладах, рекомендованої Європейською кредитно-трансферною системою. У посібнику викладено наукові, методологічні та організаційні положення з організації торгівлі та її економічних аспектів, які подані для використання у практичній підприємницькій діяльності. Зміст навчального посібника спрямований на формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про особливості організації і технології, торгових процесів та їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, а також вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності.

ББК 65.42
Б 20

ISBN 978-617-7458-43-1

© Одеський національний економічний
університет, 2017

© ТОВ «Кондор-видавництво», 2017

З М І С Т

ВСТУП	10
Модуль I. ТОРГІВЛЯ, ЇЇ СКЛАДОВІ ТА ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ	12
Тема 1. ЗНАЧЕННЯ, СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ ТОРГІВЛІ. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТОРГІВЛІ ТА ПОКАЗНИКИ ЇЇ РОЗВИТКУ	12
1.1. Місце торгівлі в економічній системі. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції.....	12
1.2. Поняття внутрішньої торгівлі. Основи організації внутрішньої торгівлі.....	14
1.3. Організаційні форми торгівлі.....	15
1.4. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України.....	16
<i>Питання для самоперевірки</i>	18
Тема 2. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	19
2.1. Сутність та функції роздрібною торгівлі.....	19
2.2. Види та класифікація торговельних об'єктів.....	21
2.3. Стан розвитку роздрібною торгівлі України.....	26
2.4. Поняття торговельної організації, торговельної системи.....	28
2.5. Організаційна структура торговельних підприємств.....	33
2.6. Організаційна культура.....	39
2.7. Основні шляхи подальшого розвитку роздрібною торгівлі України.....	42
<i>Питання для самоперевірки</i>	45
Тема 3. СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	47
3.1. Сутність та функції оптовою торгівлі.....	47
3.2. Основні напрями розвитку оптовою торгівлі.....	50

3.3. Структура оптової торгівлі.....	51
3.4. Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки.....	51
3.5. Види оптових підприємств. Класифікація оптових торговельних підприємств.....	54
3.6. Торгово-технологічні функції оптових торговельних підприємств.....	58
3.7. Організаційна структура оптових підприємств, роль організаційних підрозділів оптових підприємств в організації торгово-технологічного процесу.....	59
3.8. Організація оптової торгівлі в країнах ринкової економіки.....	60
<i>Питання для самоперевірки</i>	63

Тема 4. ВИДИ ОПТОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ ЗА УМОВ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	64
4.1. Посередництво як вид підприємницької діяльності.....	64
4.2. Роль, функції та класифікація оптових посередників.....	67
4.3. Види оптових посередників. Агенти, типи агентів, особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю агента, агентський договір.....	71
4.4. Особливості здійснення операції щодо продажу товарів за участю дистриб'ютора та дилера.....	73
4.5. Комісійні операції, умови їх здійснення. Консигнація як форма комісійного продажу товарів. Особливості здійснення операцій щодо продажу товарів за участю консигнатора.....	75
4.6. Комівояжер та умови його діяльності.....	77
4.7. Організатори оптового обороту, їх роль та функції у формуванні оптового ринку.....	78
<i>Питання для самоперевірки</i>	81

Модуль II. СТРУКТУРА ТОРГІВЛІ	82
--	----

Тема 5. ТОВАРНІ СКЛАДИ	82
5.1. Поняття товарного складу та складського господарства. Роль та функції складів в процесі товарного обігу.....	82
5.2. Розміщення товарних складів.....	83
5.3. Класифікація та характеристика товарних складів.....	84
5.4. Види складських приміщень, їх взаємозв'язок.....	85

5.5. Суть складського технологічного процесу, принципи його організації та складові частини.....	86
5.6. Порядок отримання вантажів від органів транспорту.....	88
5.7. Організація приймання товарів за кількістю та якістю на товарному складі.....	90
5.8. Розміщення та раціональне зберігання товарів на складі, шляхи скорочення товарних збитків.....	109
5.9. Організація відбору товарів оптовим покупцем, відпускання товарів зі складу.....	126
5.10. Техніко-економічні показники використання складів.....	133
Питання для самоперевірки.....	136

Тема 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ..... 137

6.1. Значення та завдання товаропостачання роздрібної торговельної мережі.....	137
6.2. Фактори, що впливають на організацію товаропостачання.....	138
6.3. Основні принципи та вимоги до організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі.....	139
6.4. Форми та методи товаропостачання.....	142
6.5. Транзитна та складська форми товаропостачання, умови застосування.....	144
6.6. Централізований і децентралізований методи товаропостачання роздрібної торговельної мережі.....	147
6.7. Формування маршрутів і графіків завезення товарів.....	149
6.8. Використання тари-обладнання в організації товаропостачання роздрібної торговельної мережі.....	154
6.9. Управління товаропостачанням роздрібної торговельної мережі.....	159
Питання для самоперевірки.....	160

Тема 7. ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ТОВАРІВ ТА ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ..... 162

7.1. Роль транспорту у перевезенні товарів та його види.....	162
7.2. Організація управління транспортом. Планування перевезень товарів.....	165

Зміст

7.3. Організація перевезення вантажів залізничним та автомобільним транспортом.....	172
7.4. Особливості організації перевезення товарів водним та авіаційним транспортом.....	173
7.5. Організація транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі.....	183
7.6. Особливості організації перевезення товарів водним та авіаційним транспортом.....	190
7.7. Організація транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі.....	193
Питання для самоперевірки.....	195

Тема 8. ТАРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТАРНОГО ГОСПОДАРСТВА.....

196

8.1. Поняття упаковки та тари, їх роль в процесі обігу товарів.....	196
8.2. Вимоги, що висуваються до тари.....	197
8.3. Класифікація та основні види тари.....	199
8.4. Стандартизація тари та її основні завдання. Уніфікація тари. Маркування тари, види маркування.....	203
8.5. Організація обігу тари в торгівлі.....	208
8.6. Поняття тарообігу: організація приймання, відкриття, зберігання та повернення тари.....	209
8.7. Шляхи скорочення витрат та втрат по тарі.....	212
Питання для самоперевірки.....	213

Модуль III. ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ.....

214

Тема 9. ОРГАНІЗАЦІЙНА ПОБУДОВА, РОЗМІЩЕННЯ ТА РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ.....

214

9.1. Роздрібна торговельна мережа, її соціально-економічне значення.....	214
9.2. Фактори розвитку роздрібної торговельної мережі.....	217
9.3. Види роздрібної торговельної мережі.....	219
9.4. Спеціалізація, її основні переваги та недоліки.....	222
9.5. Типізація магазинів, основні типи магазинів.....	225
9.6. Принципи розміщення роздрібної торговельної мережі в міській та сільській місцевості.....	227

9.7. Поняття зони торговельного обслуговування магазину, методи її визначення.....	231
9.8. Організація фірмової торговельної мережі та її основні напрями розвитку в Україні.....	233
9.9. Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібної торговельної мережі.....	237
<i>Питання для самоперевірки ...</i>	243
Тема 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ РОЗДРІБНОГО ПРОДАЖУ ТОВАРІВ	245
10.1 Сутність та зміст торгово-технологічного процесу в магазині.....	245
10.2. Фактори, що виливають на зміст торгово-технологічного процесу в магазині.....	247
10.3. Принципи організації торгово-технологічного процесу в магазині.....	247
10.4. Організація приймання та зберігання товарів й тари.....	250
10.5. Організація продажу товарів за різними формами та методами. Методи активізації роздрібного продажу товарів.....	258
<i>Питання для самоперевірки</i>	264
Тема 11. ПОЗАМАГАЗИННІ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ	265
11.1. Позамагазинні форми продажу товарів, їх соціально-економічне значення.....	265
11.2. Поняття дрібнороздрібної торговельної мережі, її класифікація.....	266
11.3. Організація пересувної торгівлі. Види пересувної торгівлі: розносна та розвізна торгівля.....	268
11.4. Порядок продажу товарів через дрібнороздрібну торговельну мережу.....	270
11.5. Організація ярмаркової торгівлі.....	272
11.6. Організація торгівлі поштою.....	275
11.7. Нові форми позамагазинного продажу товарів: електронна торгівля, продаж товарів на замовлення, продаж товарів через аукціони.....	277
<i>Питання для самоперевірки</i>	279

Тема 12. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ НА РИНКАХ	280
12.1. Ринки в інфраструктурі внутрішньої торгівлі.....	280
12.2. Організація торгівлі на ринку.....	287
12.3. Особливості торгівлі продовольчими товарами на ринку.....	293
12.4. Особливості торгівлі непродовольчими товарами на ринку.....	294
12.5. Система послуг у торгівлі на ринках.....	295
<i>Питання для самоперевірки</i>	301
Тема 13. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ	302
13.1. Система торговельного обслуговування, її сутність, зміст та принципи організації.....	302
13.2. Характеристика складових системи торговельного обслуговування.....	304
13.3. Культура торгівлі та показники її рівня. Зовнішні та внутрішні елементи, що впливають на якість торговельного обслуговування. Якість обслуговування та її оцінка.....	310
13.4. Психологічні аспекти торговельного обслуговування.....	315
<i>Питання для самоперевірки</i>	319
Тема 14. ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ РОБОТИ В ТОРГІВЛІ	320
14.1. Поняття, завдання реклами.....	320
14.2. Види реклами.....	321
14.3. Поняття та завдання торгової реклами. Зовнішня та внутрішня реклама.....	324
14.4. Рекламні засоби та їх характеристика. Форми реалізації реклами торговельного підприємства: рекламне оголошення, рекламні цикли, рекламна кампанія.....	325
14.5. Роль та функції внутрімагазинної інформації.....	327
14.6. Організація внутрішньомагазинної реклами та інформації. Рекламно-інформаційне оформлення торговельного залу. Оформлення інтер'єру магазину.....	328
14.7. Організація та принципи оформлення вітрин.....	331

14.8. Оцінка економічної ефективності реклами торговельного підприємства.....	338
<i>Питання для самоперевірки</i>	340
Тема 15. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ В МАГАЗИНАХ І НА СКЛАДАХ	
15.1. Сутність та особливості організації праці в торгівлі. Предмети та засоби праці.....	341
15.2. Організація праці на складах.....	342
15.3. Організація праці в роздрібній торгівлі.....	345
15.4. Характеристика основних категорій працівників магазину.....	347
15.5. Організація робочого місця в магазині.....	351
15.6. Умови праці працівників та режим роботи магазину.....	353
15.7. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.....	357
<i>Питання для самоперевірки</i>	359
Глосарій	360
Література	364