**Питання до іспиту з дисципліни «Географія торгівлі»**

1. Зміст, об'єкт, предмет географії торгівлі
2. Зміст, об'єкт, предмет маркетингової географії
3. Аспекти географії торгівлі.
4. Зв’язок географії торгівлі з іншими науками
5. Місце географії торгівлі в системі суспільно-географічних наук
6. Методи дослідження географії торгівлі
7. Історичні нариси географії торгівлі
8. Історичні нариси розвитку торгівлі.
9. Характеристика етапів розвитку міжнародної торгівлі
10. Поняттєво-термінологічний апарат географії торгівлі
11. Види торгівлі
12. Функціонально-компонентна структура системи торговельного обслуговування населення
13. Класифікація товарів
14. Класифікація об’єктів роздрібної торгівлі
15. Класифікація закладів ресторанного господарства
16. Територіальна структура системи торговельного обслуговування населення
17. Управлінська структура системи торговельного обслуговування населення
18. Функції торгівлі.
19. Роль торгівлі у суспільстві
20. Місце торгівлі в економіці країни
21. Внутрішні і зовнішні зв’язки системи торговельного обслуговування населення
22. Задоволення соціальних потреб через систему торговельного обслуговування населення
23. Сутність поняття «територіальна організація торгівлі»
24. Закономірності розміщення підприємств торгівлі
25. Принципи розміщення підприємств торгівлі
26. Показники оцінки територіальної системи торговельних послуг
27. Чинники розвитку роздрібного товарообороту в регіоні
28. Меркантилізм.
29. Класичні теорії розвитку торгівлі (Концепція абсолютних переваг А. Сміта,
30. Концепція порівняльних переваг Д. Рікардо,
31. Закони Дж. С. Мілла,
32. Теорема Хекшера-Оліна (теорема факторних переваг),
33. Парадокс В. Леонтьєва,
34. Теорема Хекшера-Оліна-Самуєльсона (теорема HOS),
35. Теорема Самуєльсона-Джонса,
36. Теорема Столпера-Самуєльсона,
37. Теорема конкурентних переваг M. Портера,
38. Теорія технологічного розриву М. Познера,
39. Теорія «життєвого циклу продукту»,
40. Теорема Рибчинського і «голандська хвороба»,
41. Теорія перехресного попиту С. Ліндера або теорія подібності переваг
42. Теорія центарльних місць В. Кристаллера
43. Сутність інтернаціоналізації
44. Сутність поняття глобалізації
45. Переваги і недоліки глобалізації
46. Транснаціональні корпорації
47. Поняття міжнародної і світової торгівлі
48. Головні категорії та показники міжнародної торгівлі
49. Географічна і товарна структура міжнародної торгівлі
50. Види міжнародної торгівлі
51. Форми міжнародної торгівлі
52. Сучасні тенденції товарної структури міжнародної торгівлі
53. Сучасні тенденції географічної структури міжнародної торгівлі
54. Тенденції міжнародної торгівлі товарами
55. Тенденції міжнародної торгівлі послугами
56. Спеціалізація країн світу у МПП.
57. Напрями Міжнародної спеціалізації виробництва (МСП)
58. Можливості МПП
59. Фактори розвитку МПП
60. Феномен «Голландської хвороби».
61. Торговельний баланс та його рівновага
62. Сутність торговельної політики
63. Параметри глобальної торгівлі
64. Індикатори міжнародної торговельної політики
65. Ключові рішення міжнародної торговельної політики: (одностороннє законодавство, двосторонні домовленості, багатосторонні домовленості)
66. Типи економік виходячи зі ступеня участі країни в міжнародній торгівлі: відкрита економіка, автаркія, протекціонізм
67. Відкрита економіка: поняття і внутрішні властивості
68. Кількісні та якісні параметри економіки відкритого типу
69. Класифікація країн за критерієм зовнішньоторговельної відкритості
70. Мета державного регулювання міжнародної торгівлі
71. Тарифний метод регулювання торгівлі
72. Митні платежі та їх види
73. Види торгових режимів: національний режим, режим найбільшого сприяння, спеціальний режим
74. Акцизний збір
75. Податок на додану вартість
76. Нетарифне регулювання: цілі, види, заходи
77. Сутність протекціонізму
78. Основні види протекціонізму
79. Інструменти прихованого протекціонізму
80. Технічні бар'єри, їх види
81. Міжнародна стандартизація
82. Експортні субсидії
83. Експортне кредитування
84. Впливу інструментів прихованого протекціонізму на національну економіку
85. Сутність торговельних війн
86. Характеристики суперечливих торговельних відносин між країнами та типи торгівельних суперечок
87. Чинники сприяння появи торговельних війн.
88. Об’єкти міжнародної торговельної суперечки
89. Інтереси країни експортера / імпортера – ініціатора торгівельної війни
90. Наступальна і оборонна торговельні війни, їх інструменти
91. Сутність і види кон’юнктури
92. Сутність ринкової ситуації та світового ринку
93. Кон'юнктура світового ринку та її види
94. Фактори, що впливають на кон'юнктуру ринку
95. Основні показники кон'юнктури товарного ринку
96. Методичні вимоги до вивчення кон’юнктури ринку
97. 2. Сутність поняття «Експортоорієнтована стратегія держави» та форми експортної спеціалізації держави.
98. 3. Інструменти і засоби реалізації експортної орієнтації держави
99. Імпортозалежність країни і чинники її посилення
100. Сутність політики імпортозаміщення
101. Стратегічні орієнтири імпортозаміщення
102. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі.
103. Світова організація торгівлі: історія створення, організаційна структура, процедура вступу.
104. Співробітництво України з Світовою організацією торгівлі.
105. Міжнародні організації з стандартизації
106. Сутність зовнішньої торгівлі
107. «Зовнішня торгівля» і «міжнародна торгівля»: співвідношення понять.
108. Показники обсягу зовнішньої торгівлі.
109. Показники результативності зовнішньої торгівлі.
110. Показники структури зовнішньої торгівлі.
111. Показники динаміки зовнішньої торгівлі.
112. Географічна структура експорту / імпорту товарів України
113. Товарна структура експорту / імпорту товарів України
114. Зовнішня торгівля послугами України.
115. Географічна структура експорту / імпорту послуг України
116. Товарна структура експорту / імпорту послуг України
117. Напрямки нарощування експортного потенціалу України.
118. Основні напрямки оптимізації імпорту в Україні.
119. Регулювання експортно-імпортних операцій в умовах відкритості внутрішнього ринку України
120. Фактори формування й розвиток системи торговельного обслуговування населення України
121. Тенденції розвитку роздрібної торгівлі в Україні
122. Розвиток магазинної торгівлі
123. Найбільші торговельні мережі України
124. Найбільші торговельні центри України
125. Розвиток позамагазинних форм торгівлі в Україні
126. Розвиток оптової торгівлі в Україні
127. Сутність поняття «електронна комерція», «інтернет-торгівля»
128. Тенденції розвитку електронної комерції в світі
129. Тенденції розвитку електронної комерції в Україні
130. Механізм державного регулювання внутрішньої торгівлі
131. Нормативно-правові засади державного регулювання внутрішньої торгівлі
132. Інструменти державного регулювання внутрішньої торгівлі в Україні
133. Місце Харківської області в системі торговельного обслуговування населення України
134. Структурно-часові особливості системи торговельного обслуговування населення області
135. Внутрішньорегіональні особливості системи торговельного обслуговування населення області
136. Фактори формування й розвитку системи торговельного обслуговування населення Харківської області
137. Групування міст обласного підпорядкування та районів за рівнем розвитку торгівлі