

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ**

А. О. Цибань

**ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ
Методичні вказівки щодо виконання індивідуальної роботи**

Черкаси – 2021

УДК 339:658.6:658.8 (075)

*Рекомендовано до друку рішенням методичної ради
Черкаського державного бізнес-коледжу
Протокол № 03-21/22 від 27 жовтня 2021 р.*

Цибань А. О.

Економіка торгівлі. Методичні вказівки
щодо виконання індивідуальної роботи
Черкаси, 2021 р. – 47 с.

Рецензент: М. О. Скорик, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії Університету державної фіскальної служби України.

Методична розробка «Економіка торгівлі. Методичні вказівки щодо індивідуальної роботи студентів» побудована відповідно до програми курсу «Економіка торгівлі» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Навчально-методична розробка містить загальні вимоги щодо організації та оцінювання індивідуальної роботи студентів; методичні рекомендації щодо виконання та оцінювання рефератів, методичні рекомендації щодо підготовки та оцінювання мультимедійної презентації, методичні рекомендації щодо виконання та оцінювання розрахункової роботи, інформаційне забезпечення дисципліни, список використаних джерел, додатки.

Призначена для студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти.

Затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол № 6 від 20.04.2021 року

© А.О. Цибань, 2021

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Програма навчальної дисципліни	6
2. Загальні вимоги щодо організації та оцінювання індивідуальної роботи студентів	11
3. Методичні рекомендації щодо виконання та оцінювання реферату	14
3.1. Вимоги до оформлення та захисту реферату	14
3.2. Теми рефератів	16
3.3. Критерії оцінювання рефератів	17
4. Методичні рекомендації щодо підготовки та оцінювання мультимедійної презентації	20
4.1. Вимоги до підготовки та представлення презентації	20
4.2. Теми для підготовки презентацій	22
4.3. Критерії оцінювання мультимедійних презентацій	24
5. Методичні рекомендації щодо виконання та оцінювання розрахункової роботи	26
5.1. Порядок виконання розрахункової роботи та вимоги до її оформлення	27
5.2. Основні формули для розв'язування типових задач	28
5.3. Варіанти практичних завдань розрахункової роботи	32
5.4. Критерії оцінювання розрахункової роботи	38
Інформаційне забезпечення дисципліни	40
Список використаних джерел	44
Додатки	45

ВСТУП

В економіці України торгівля – це одна з найбільших поширених сфер підприємницької діяльності та застосування праці. Торгівля має важливе значення для національної економіки, забезпечуючи раціональну організацію окремих етапів суспільного виробництва, швидке доведення товарів до кінцевих споживачів, мобільний кругообіг грошових коштів. Діяльність підприємств оптової та роздрібної торгівлі супроводжується постійними змінами, які характеризуються високою нестабільністю та жорсткою конкуренцією, що і визначає актуальність дослідження особливостей господарської діяльності торгових підприємств на сучасному етапі.

Навчальна дисципліна «Економіка торгівлі» має на меті сформувані у студентів науковий світогляд, систему спеціальних знань про економіку та технологію торгових процесів та їх вплив на ефективність роботи суб'єктів торговельної галузі, вироблення вмінь і навичок використання здобутих знань у практичній діяльності.

Основним призначенням навчально-методичної розробки є конкретизація вимог щодо індивідуальної роботи студента з метою закріплення та узагальнення отриманих знань під час вивчення дисципліни, поглиблення практичних навичок щодо застосування здобутих теоретичних знань у ході виконання індивідуальних завдань, а саме: реферату, розрахункової роботи та інше.

Навчально-методична розробка містить: програму навчальної дисципліни; загальні вимоги до організації та оцінювання індивідуальної роботи студентів; вимоги до порядку оформлення, теми та критерії оцінювання рефератів; рекомендації щодо підготовки та представлення мультимедійних презентацій, теми для підготовки презентацій та критерії їх оцінювання; вимоги до порядку виконання та

оформлення розрахункової роботи, практичні завдання за індивідуальними варіантами та критерії оцінювання розрахункової роботи; інформаційне забезпечення дисципліни; список використаних джерел; додатки.

Навчально-методична розробка «Економіка торгівлі. Методичні вказівки до індивідуальної роботи студентів» побудована відповідно до програми курсу «Економіка торгівлі» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Призначена для студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти.

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основи економіки й організації торгівлі

Тема 1. Ринок споживчих товарів та послуг. Роль торгівлі у забезпеченні його розвитку.

Сутність ринку та його види. Поняття споживчого ринку. Характеристика товарних ринків за різними класифікаційними ознаками. Поняття пропозиції та чинників, що на неї впливають. Джерела формування товарних ресурсів. Сутність потреб. Споживчий попит як форма прояву потреби та невід’ємна складова ринку. Попит та його види. Чинники, що впливають на формування попиту. Поняття ринкової кон’юнктури. Методи оцінки кон’юнктури ринку. Інфраструктура споживчого ринку. Роль торгівлі у розвитку споживчого ринку.

Тема 2. Природа торгівлі як сфери обігу та виду економічної діяльності.

Природа торгівлі. Форми товарного обміну. Особливості торгівлі товарами народного споживання. Функції, що виконує торгівля. Роль торгівлі національному господарстві. Вплив торгівлі на виробництво й споживання. Торгівля як важлива складова ринку товарів і послуг. Торгівля – це сфера обігу товарів і послуг. Торгівля – це вид економічної діяльності. Торгівля – галузь економіки. Основні форми організації торгівлі. Класифікація видів торгівлі.

Тема 3. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі товарами та послугами

Сутність роздрібно торгівлі. Види торговельних об’єктів за різними ознаками. Функції роздрібно торгівлі. Види послуг у роздрібній торговельній діяльності. Типи моделей торговельного обслуговування населення. Поняття

роздрібною торговельною підприємства та торговельної одиниці. Характеристика розвитку роздрібною торгівлі в Україні.

Тема 4. Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі

Сутність оптової торгівлі. Види оптової торгівлі. Функції торгівлі. Структура оптової торгівлі. Поняття оптового торговельного підприємства. Види оптових торговельних підприємств за різними класифікаційними ознаками. Організаційна структура оптових торговельних підприємств. Біржова торгівля як форма організації оптового ринку. Особливості збутової діяльності товаровиробників. Фірмова торгівля.

Тема 5. Посередництво як невід'ємний елемент сфери торгівлі

Посередництво та функції посередництва. Класифікація оптових посередників. Типи торговельних агентів та особливості здійснення операцій за їх участю. Порядок здійснення операцій купівлі-продажу за участю дилера, дистриб'ютора. Комісійні операції та їх види. Консигнація одна з форм комісійного продажу. Здійснення операцій за участю консигнатора. Специфіка роботи комівояжера.

Тема 6. Економічна характеристика зовнішньої торгівлі

Зовнішня торгівля та її форми. Методи організації зовнішньоторговельної діяльності. Види міжнародної торгівлі. Механізм здійснення зовнішньоторговельної діяльності. Основні способи виходу торговельних підприємств на зовнішні ринки. Сучасний стан розвитку зовнішньої торгівлі України. Міжнародна торгівля послугами. Класифікація видів міжнародної торгівлі послугами згідно Міжнародного валютного фонду. Спільна підприємницька діяльність.

Змістовий модуль 2. Економічні ресурси та фінансово-економічні результати діяльності торговельних підприємств

Тема 7. Торговельне підприємство як організаційна форма торгівлі та основний суб'єкт торговельної діяльності

Торгова фірма та торговельне підприємство. Підприємство торгівлі як суб'єкт підприємницької діяльності. Функції торговельного підприємства. Внутрішнє та зовнішнє середовище торгового підприємства. Фактори, що впливають на функціонування підприємств торгівлі. Класифікація торговельних підприємств. Організаційно-правові форми торговельних підприємств. Показники, що характеризують діяльність торгових підприємств.

Тема 8. Стратегія діяльності торговельного підприємства

Головна мета торговельного підприємства. Система стратегічних цілей підприємств торгівлі. Стратегія діяльності підприємства торгівлі. Різновиди стратегій торговельних підприємств. Етапи розробки та реалізації стратегії. Моніторинг зовнішнього оточення торговельного підприємства. Конкурентоспроможність торговельного підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності роздрібних та потових торговельних підприємств. Стратегічний потенціал торговельної фірми.

Тема 9. Товарний оборот суб'єктів торговельної діяльності

Товарний оборот. Характеристика показників товарообороту роздрібною торгівлі. Значення товарообороту для національної економіки. Фактори, що впливають на структуру роздрібного товарообороту підприємства. Асортиментна політика підприємств роздрібних підприємств. Товарооборот підприємств оптової торговельної сфери. Види оптового товарообороту та їх економічна характеристика.

Тема 10. Товарні запаси та товарне забезпечення торговельних підприємств

Поняття про товарні ресурси торговельних організацій. Товарні запаси торгового підприємства. Показники стану товарних запасів підприємств торгівлі. Чинники, що впливають на швидкість оборобу товарних запасів. Етапи налазу товарних запасів. Методи аналізу товарних запасів підприємства. Норми товарного запасу. Планування товарних запасів. Обґрунтування обсягу товарних запасів. Види стратегій щодо управління товарними запасами торгового підприємства.

Тема 11. Персонал та оплата праці на торговельному підприємстві

Праця в торгівлі. Персонал підприємства. Склад персоналу підприємства торгівлі. Особливості формування персоналу роздрібного та оптового торговельного підприємства. Поняття про робочу силу. Вартість робочої сили. Показники ефективності праці. Продуктивність праці в торгівлі. Способи підвищення ефективності праці в торговельній сфері. Матеріальне та нематеріальне стимулювання праці. Форми матеріального стимулювання персоналу торгових підприємств. Оплата праці на підприємстві торгівлі. Системи оплати праці. Преміювання праці. Нормування праці на торговельному підприємстві.

Тема 12. Основні фонди торговельного підприємства

Матеріально-технічна база торговельного підприємства. Поняття про основні фонди підприємств торгівлі. Класифікація основних фондів. Оцінка основних фондів торговельних фірм. Сутність зносу. Види зносу основних фондів торговельного підприємства. Сутність амортизації. Порядок визначення щорічних амортизаційних відрахувань. Види амортизації основних фондів торговельної компанії.

Показники, що характеризують стан та зміни основних фондів. Забезпеченість торговельного підприємства основними фондами. Показники ефективності використання основних фондів підприємств сфери торгівлі.

Тема 13. Витрати обігу торговельних підприємств

Поняття про витрати обігу. Класифікація витрат обігу підприємства торгівлі. Структура витрат торговельної компанії. Характеристика витрат оборотання. Номенклатура витрат обігу. Рівень витрат обігу. Оцінка витрат оборотання торгового підприємства. Етапність аналізу витрат оборотання торговельних підприємств. Фактори, що впливають рівень витрат обігу підприємств та шляхи їх зниження.

Тема 14. Доходи торговельних підприємств: особливості утворення та використання

Сутність доходів підприємств торгівлі. Характеристика доходів торгових підприємств. Джерела формування доходів. Структура доходів торговельного підприємства. Особливості утворення доходів роздрібних та оптових торговельних підприємств. Порядок формування доходу від продаж. Етапи розрахунку доходу торговельного підприємства. Показники обсягу доходів торговельних компаній. Резерви зростання доходів торговельних фірм.

Тема 15. Фінансові результати діяльності торговельного підприємства.

Поняття про прибуток торгового підприємства. Види прибутку торговельного підприємства. Функції прибутку. Джерела утворення прибутку підприємств торгівлі. Види рентабельності торговельних компаній. Методика аналізу прибутку підприємства торговельної сфери. Обґрунтування прибутку підприємства на плановий період. Зовнішні фактори, що впливають на рівень прибутковості. Система оподаткування роздрібних та оптових торговельних підприємств.

2. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОЦІНЮВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Важливе значення в навчальному процесі студентів денної форми навчання, займає індивідуальна робота, яка являє собою одну з форм самостійної роботи студентів з дисципліни «Економіка торгівлі».

Індивідуальна навчальна робота спрямована на розвиток практичних навичок у роботі студентів зі спеціальною літературою та дослідження прикладних питань діяльності підприємств торговельної галузі.

Метою індивідуальної роботи студента є закріплення та узагальнення отриманих знань під час вивчення дисципліни, поглиблення практичних навичок щодо застосування здобутих теоретичних знань у ході виконання індивідуальних завдань.

Індивідуальна робота студентів передбачає досягнення поставлених цілей через виконання відповідних завдань, зміст яких наводиться у табл. 1.

Таблиця 1

Структура індивідуальної роботи студентів з дисципліни «Економіка торгівлі»

<i>Види індивідуальної роботи</i>	<i>Планові терміни виконання</i>	<i>Форми контролю та звітності</i>
1. Написання реферату згідно із заданою темою	Згідно до плану семінарського заняття, на якому розглядається відповідна тема	Захист результатів виконаних завдань
2. Виконання розрахункової роботи	За 2 тижні до початку екзаменаційної сесії	Захист результатів виконаних завдань

Продовження табл. 1

<i>Види індивідуальної роботи</i>	<i>Планові терміни виконання</i>	<i>Форми контролю та звітності</i>
3. Мультимедійна презентація дослідженого матеріалу за однією з тем дисципліни	Згідно до плану семінарського заняття, на якому розглядається відповідна тема	Представлення презентації з використанням ТЗН

Отже, у процесі самопідготовки студенти виконують індивідуальні завдання, що мають теоретико-прикладне спрямування.

Індивідуальна робота з предмета «Економіка торгівлі» передбачає виконання теоретичних і практичних завдань.

Теоретична частина індивідуальної роботи складається з підготовки: реферату на рекомендовану тему; мультимедійної презентації за досліджуваною темою.

Практична частина індивідуального завдання – це розрахункова робота, що передбачає розв’язання типових практичних завдань, що вміщують індивідуальні вихідні дані.

Всі види індивідуальної роботи повинні бути подані чи представлені студентом до перевірки викладачу згідно планових термінів виконання індивідуальних завдань з дисципліни «Економіка торгівлі», що наведено в таблиці 2.

Індивідуальна робота студента контролюється викладачем дисципліни, який встановлює час консультацій та термін виконання студентом індивідуальної роботи.

Оцінювання індивідуальної роботи студентів з дисципліни «Економіка торгівлі» здійснюється згідно схеми-розподілу балів в рамках модульно-рейтингової системи за 100-бальною шкалою. Кількість балів, що відведена на індивідуальну роботу – 30 балів, у тому числі по видах робіт наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Розподіл балів за видами індивідуальної роботи

Види робіт	Максимальна кількість балів
<i>Аудиторна робота</i>	70
<i>Індивідуальна робота</i>	30
Реферат	10
Розрахункова робота	10
Мультимедійна презентація	10
РАЗОМ	100

3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕФЕРАТУ

3. 1. Вимоги до оформлення та захисту реферату

Реферат – це індивідуальна дослідницька робота студента з обраної теми.

Мета реферату – сформувати вміння та навички самостійної дослідницько-пошукової роботи студентів з науковою літературою.

Загальними вимогами до оформлення реферату є: чітка структура; логічний порядок викладення матеріалів; переконливість аргументів, стислість та точність визначень, що виключають неоднозначне тлумачення понять, доведеність висновків та об'єктивність рекомендацій.

Теми рефератів студенти обирають самостійно із загально списку тем рефератів запропонованого викладачем дисципліни (дивися пункт 3.2.)

Обсяг реферату має складати 10-15 сторінок формату А4 машинописного тексту.

Вимоги до комп'ютерного набору реферату:

- гарнітура шрифту – Times New Roman;
- кегль шрифту – 14;
- міжрядковий інтервал – полуторний;
- абзац – 1,25 см;
- поля: ліве — не менше 25 мм, праве — не менше 10 мм, верхнє та нижнє — не менше 15 мм;
- розташування основного тексту роботи – вирівнювання по ширині;
- назви заголовків друкують великими літерами напівжирним шрифтом, заголовок центрується.

Сторінки реферату мають бути пронумеровані. Нумерацію сторінок подають арабськими цифрами у нижньому правому куті. Перша сторінка – титульний аркуш

та друга сторінка – зміст реферату включають до загальної нумерації сторінок, не проставляючи його номера. Нумерація аркушів починається з третьої сторінки, на якій викладається «вступ».

Реферат повинен містити наступні структурні елементи:

- титульний аркуш;
- зміст;
- вступ;
- пункти основної частини роботи;
- висновки;
- список використаних джерел.

Кожен структурний елемент реферату розміщується з нової сторінки, та відокремлюється від наступного тексту одним рядком.

Титульний аркуш реферату включає такі дані: назву міністерства; назву навчального закладу; назви навчального підрозділу (кафедри); назву виду роботи («Реферат»); навчальний предмет з якого підготовлена робота; назва теми реферату; курс, спеціальність, номер групи, прізвище, ім'я та по-батькові студента; прізвище, ініціали та по-батькові викладача; місце і рік виконання реферату. Приклад оформлення титульного аркуша наведено у Додатку А.

Зміст відображає структуру реферату. До змісту включають: вступ; назви розділів та (або) пунктів реферату; висновки; список використаних джерел і напроти них — номери сторінок, які вказуються початок вищевказаних складових у роботі.

Вступ розкриває мету, завдання та актуальність обраної студентом теми реферату. Обсяг вступу один-два аркуші друкованого тексту.

Основна частина реферату розбивається на пункти в яких послідовно розкривається обрана студентом тема дослідження.

Висновки повинні бути стислими – одна-дві сторінки та відображати підсумки теоретичного дослідження та власну думку автора роботи.

Список використаних джерел відображає літературу за темою реферату, що була використана студентом при написанні. Література обирається студентом самостійно та має містити не менше 5 джерел. Бібліографічні описи у списку використаних джерел подають за алфавітом і оформлюються згідно ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічні посилання. Загальні положення та правила складання».

Готовий реферат студент має подати на перевірку у друкованому вигляді згідно з календарним планом-графіком, але не пізніше ніж за 2 тижні до початку сесії.

Разом з тим, студент має підготуватись до захисту реферату. Захист реферату – це виступ студента у формі усної доповіді на семінарському занятті. Доповідь студента за темою реферату має розкривати актуальність, теоретичне й практичне значення результатів проведеної роботи, загальні висновки. Тривалість доповіді – 6-7 хвилин.

3.2. Темі рефератів

1. Торговельна діяльність та принципи її здійснення.
2. Формування попиту на споживчі товари і послуги.
3. Місце торгівлі в розвитку товарно–грошових відносин.
4. Роль послуг у розвитку торгівлі.
5. Послуги у галузі торгівлі: сутність та особливості.
6. Види торговельних об'єктів та їх класифікація.
7. Сучасний стан та проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі.
8. Збутова діяльність товаровиробників.
9. Оптові ціни: види та порядок формування.
10. Складське господарство оптового підприємства.
11. Посередники як економічні суб'єкти ринку.

12. Методи оцінювання ефективності посередницьких послуг.
13. Посередники на світових товарних та фондових біржах.
14. Сутність зовнішньої торгівлі та її роль в поповненні ресурсів торговельних підприємств.
15. Міжнародна торгівля послугами.
16. Посередництво у зовнішньоторговельній діяльності.
17. Економічний механізм зовнішньої торгівлі.
18. Сутність та функції підприємств торговельної галузі.
19. Типологія суб'єктів торговельної діяльності.
20. Особливості утворення та реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності в торгівлі.
21. Державне регулювання торговельного підприємництва.
22. Торговельне підприємство як соціально-економічна система.
23. Стратегії діяльності суб'єктів торговельної діяльності.
24. Види стратегій торговельного підприємства.
25. Порядок розробки стратегії торговельного підприємства.
26. Аналіз зовнішнього середовища функціонування торгових підприємств.
27. Стратегічний потенціал торговельної організації.
28. Товарооборот місцевих ринків.
29. Аналіз роздрібного товарообороту.
30. Аналіз оптового товарообороту.
31. Оптимізація товарних запасів як одна з важливих умов ефективної роботи підприємств торгівлі.
32. Закупівельна політика роздрібних та оптових торгових підприємств.
33. Стратегії управління товарними запасами, що використовуються торговельними підприємствами.
34. Обґрунтування обсягу і структури надходження товарів.
35. Трудові ресурси торговельного підприємства: склад та характеристика.
36. Продуктивність праці та резерви її підвищення на торговельних підприємствах.
37. Оплата праці керівників галузі торгівлі.

38. Сучасні методи оцінки основних фондів роздрібних та оптових підприємств торгівлі.
39. Ефективність використання основних фондів підприємства торгівлі.
40. Оборотні активи підприємств торговельної сфери: сутність та види.
41. Сутність та джерела формування фінансових ресурсів роздрібних та оптових підприємств торгівлі.
42. Власний капітал торговельного підприємства: функції та джерела формування.
43. Позиковий капітал торговельних підприємств.
44. Етапи аналізу та планування капіталу торгового підприємства.
45. Характеристика поточних витрат торговельних підприємств.
46. Стратегія управління витратами обігу.
47. Доходи роздрібних та оптових торговців: особливості формування.
48. Стратегічне управління доходами підприємств торгівлі.
49. Цінова політика на підприємствах торговельної галузі.
50. Державна політика оподаткування торгових підприємств.

3.3. Критерії оцінювання реферату

Реферат як один з видів індивідуальної роботи студентів може бути максимально оцінено в 10 балів.

Основними критеріями щодо оцінювання реферату є:

1. Відповідність змісту реферату обраній темі.
2. Повнота опрацювання теми з використанням необхідної літератури.
3. Наукова і практична обґрунтованість висновків.
4. Самостійність виконаної роботи.
5. Дотримання вимогам щодо оформлення.
6. Дотримання плану-графіку виконання реферату, подачі його на перевірку та захисту.

Відповідність реферату всім наведеним критеріям дає змогу оцінити його найвище. Невиконання однієї або кількох вимог знижує оцінку на відповідну кількість балів. Детально критерії оцінювання рефератів та розподіл балів за шкалою наведено в таблиці 3.

Таблиця 3

Критерії оцінювання рефератів

<i>Кількість балів</i>	<i>Критерії</i>
8-10 балів	Реферат відповідає обраній темі; у роботі чітко обґрунтовано актуальність теми; розкрито основні теоретичні аспекти з використанням 5 і більше джерел літератури, у тому числі періодичні видання; робота добре структурована, матеріал поданий логічно та послідовно; викладений; висновки сформовані самостійно та відповідають завданням роботи; робота оформлено згідно відповідно зі встановленими вимогами.
5-7 балів	Реферат відповідає обраній темі; у роботі основні теоретичні аспекти з теми розкрито не в повній мірі; використаного застарілі джерела інформації; матеріал роботи не достатньо структурований; висновки сформовані поверхнево та не повністю відповідають завданням роботи; оформлення роботи має незначні недоліки.
1-4 бали	Реферат лише частково розкриває тему та не несе належної інформативної функції; використані джерела літератури є застарілими; висновки сформовані не самостійно та не відповідають завданням роботи; робота в цілому погано структурована, матеріал викладено нелогічно; оформлення роботи має грубі порушення.
0 балів	Тема реферату нерозкрита, оформлення не відповідає вимогам, грубо порушено терміни здачі та захисту реферату.

4. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНЮВАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

4.1. Вимоги до підготовки та представлення презентації

У зв'язку з компютеризацією навчальних процесів у ВНЗ, найбільш актуальною способом подання інформації стають презентації. Тому одним з видів індивідуальної роботи студентів з дисципліни «Економіка торгівлі» є створення мультимедійних презентацій за однією з тем курсу.

Мультимедійна презентація — набір слайдів (слайд-шоу), що містить текстові матеріали, зображення, таблиці, діаграми та графіки, звукове оформлення, відеорілики, анімацію та зберігається в одному файлі.

Метою створення мультимедійних презентацій студентами є: систематизація та поглиблення знань отриманих під час аудиторного навчання, а також формування вмій, навичок самостійної роботи та узагальнення отриманої інформації, статистичних даних за досліджуваною темою.

Інформаційною базу для створення презентацій можуть слугувати: статті вітчизняних та зарубіжних науковців, монографії, статистичні дані дослідних центрів та статистичних служб, довідникова та навчальна література. Студент самостійно здійснює пошук та огляд не менше 5 літературних джерел за обраною темою.

За результатами свого дослідження студент повинен створити мультимедійну презентацію прикладного характеру, що обов'язково не лише теоретичні відомості, а й аналіз статистичних даних у динаміці.

Теми презентацій студенти можуть обирати самостійно (але обов'язково за тематикою дисципліни) або скористатись запропонованим переліком тем презентацій викладача. (дивися пункт 4.2.)

Основні вимоги до оформлення мультимедійних презентацій:

1. Презентація має бути створена з допомогою програмного засобу – Microsoft Power Point.

2. Обсяг презентації має складати близько 10 слайдів.

3. Слайди презентації окрім тексту, повинні бути доповнені малюнками, таблицями, графіками.

4. Презентація витримана в єдиному стилі.

5. Шрифти, обсяг та порядок подання матеріалів у презентації довірливі, однак інформація має візуально легко сприйматися, бути зрозумілою.

6. Презентація має бути структурована, стисла, динамічна, всі слайди мають поєднуватися загальною ідеєю (темою дослідження), кожен новий слайд – це продовження попереднього.

Презентація дослідженого матеріалу має містити такі структурні елементи:

- титульний слайд;
- інформаційні слайди;
- завершальний слайд.

На титульному слайді вказуються: найменування навчального закладу, назва виду роботи («Презентація»), назва дисципліни з якої підготовлена презентація, тема дослідження, прізвище, ініціали та по-батькові студента.

Інформаційні слайди повинні містити текстові, графічні, табличні матеріали, що розкривають тему дослідження, а саме: актуальність, основні проблеми, зміст та результати проведеного дослідження, шляхи вирішення проблем.

Завершальний слайд містить висновки за результатами проведеної роботи, а також список використаних джерел.

Демонстрація мультимедійної презентації та коротка доповідь студента за результатами проведеного дослідження є завершальним етапом індивідуального завдання.

Виступ студента і представлення презентації має тривати 5-7 хвилин. Доповідь повинна бути стислою, точною, аргументованою. По закінченні доповіді передбачається її обговорення та дискусія.

Представлення презентації студентом має проходити на семінарському занятті згідно з календарним планом-графіком, але не пізніше ніж за 2 тижні до початку сесії.

4.2. Тематики для підготовки презентацій

1. Тенденції розвитку торговельної інфраструктури в Україні.
2. Торгівля – важлива галузь народного господарства України.
3. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств роздрібною торгівлі.
4. Сучасні формати роздрібною торгівлі в Україні і світі.
5. Ярмаркова та виставкова діяльність в Україні.
6. Особливості роботи найбільш відомих логістичних складів світу.
7. Amazon – найбільший у світі ринок електронної комерції.
8. Аналіз товарної структури оптового товарообороту підприємств торгівлі в Україні.
9. Аналіз обсягів оптового товарообороту вітчизняних торговельних підприємств за видами економічної діяльності.
10. Оцінка ланковості перепродажу товарів в оптовій торгівлі України.
11. Обороти роздрібною та оптовою торгівлі: регіональні аспекти
12. Аналіз товарної структури роздрібною товарообороту підприємств роздрібною торгівлі в Україні.
13. Аналіз забезпеченості сільського та міського населення торговельною площею у магазинах.
14. Територіальна доступність населення до торговельних послуг.

15. Проблеми інфраструктурного розвитку роздрібно торгівлі.
16. Динаміка розвитку продуктових мереж в Україні.
17. ТОП найприбутковіших торговельних мереж в Україні.
18. Національні мережі роздрібно торгівлі.
19. Сучасні тренди розвитку мережевого ритейлу.
20. Глобальні тренди роздрібно торгівлі.
21. Найпопулярніші інтернет-магазини України та світу: секрети успіху.
22. Електронна торгівля в Україні: стан та перспективи розвитку.
23. Перспективи інтернет-трейдингу в Україні.
24. Концепція магазину майбутнього.
25. Аналіз сучасного стану біржового ринку України.
26. Товарні біржі України та особливості їх діяльності.
27. Особливості функціонування аграрних бірж в Україні.
28. Проблеми розвитку підприємств роздрібно торгівлі в сучасних умовах.
29. Стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України.
30. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.
31. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні.
32. Міжнародна торгівля послугами: товарна та географічна структура.
33. Зовнішня торгівлі товарами та послугами з країнами ЄС.
34. Зовнішньоторговельна відкритість національної економіки України.
35. Аналіз міжнародних фондових бірж.
36. Аналіз експортно-імпортних операцій України.
37. Аналіз основних показників зовнішньої торгівлі України.
38. Особливості реєстрації торговельного підприємства в Україні.
39. Стратегії відомих вітчизняних торговельних підприємств.
40. Сучасні тенденції в оплати праці торговельного персоналу.

41. Прикладні аспекти мотивацій праці торговельного персоналу.
42. Цікаві факти про професії торговельної сфери.
43. Особливості організації складських господарств оптових торговельних підприємств: зберігання, укладання, сортування, транспортування товарів.
44. Розвиток складської логістики в Україні.
45. Тендери в Україні: види та особливості.

4.3. Критерії оцінювання мультимедійної презентації

Мультимедійна презентація як один з видів індивідуальної роботи студентів може бути максимально оцінена в 10 балів.

Основними критеріями щодо оцінювання презентацій є:

1. Ступінь розкриття теми дослідження.
2. Відповідність змістового наповнення презентації обраній темі дослідження.
3. Дотримання структури мультимедійної презентації згідно вимог.
4. Доступність інформації, що подається на слайдах та логічність її викладення.
5. Дотримання вимог щодо оформлення презентацій: привабливий загальний вигляд слайдів (дизайн), лаконічність тексту, наявність анімації, графіків, таблиць, рисунків.
6. Оригінальність та творчий підхід до розкриття теми і подання матеріалу.
7. Самостійність виконаної мультимедійної презентації.
8. Вчасність виконання та представлення мультимедійних презентацій згідно плану-графіку.

Детально критерії оцінювання мультимедійних презентацій та розподіл балів за шкалою наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

Критерії оцінювання мультимедійних презентацій

<i>Кількість балів</i>	<i>Критерії</i>
8-10 балів	<p>Зміст презентації відповідає обраній темі; тема та її ключові положення повністю розкриті; інформація подано логічно, структуровано; дотримано вимог щодо технічного і естетичного оформлення слайдів; текстова інформація доповнена малюнками, таблицями, графіками; робота є оригінальною, виконана творчо і самостійно; представлення презентації доповнено виступом студента, доповідь є зрозумілою, аргументованою, підкріплена матеріалами слайдів презентації; доповідач вільно орієнтується в темі дослідження, швидко відповідає на поставлені питання аудиторією.</p>
5-7 балів	<p>Презентація розкриває обрану тему не в повному обсязі; наявна інформація яка опосередковано пов'язана з темою дослідження; структура роботи не витримана; деякі висновки є необґрунтованими; презентація візуально приваблива, однак слайди однотипні; слайди містять інформацію переважно у текстовій формі, кількість таблиць, графіків, рисунків невелика; робота виконана самостійно, але відсутній елемент творчості; представлення презентації доповнено виступом студента; доповідь є поверхневою, неповно представляє результати роботи; доповідач не на всі питання знаходить переконливі відповіді.</p>

Продовження табл. 4

<i>Кількість балів</i>	<i>Критерії</i>
1-4 бали	Презентація частково розкриває тему; більшість матеріалів не стосуються теми дослідження; інформація подана лише у текстовій формі та носить суто теоретичний характер; малюнки, таблиці, графіки, діаграми в презентації відсутні; робота не відповідає вимогам за обсягом та оформленням, важко сприймається; логіка викладення матеріалу на слайдах порушена; представлення презентації або відсутнє або доповнено виступом студента, що практично не орієнтується в темі, не може дати відповіді на питання аудиторії.
0 балів	Тема презентації нерозкрита, оформлення не відповідає вимогам, грубо порушено терміни здачі та представлення презентації.

5. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

5.1. Порядок виконання розрахункової роботи та вимоги до її оформлення

Розрахункова робота з дисципліни «Економіка торгівлі» є складовою індивідуальної роботи студента.

Розрахункова робота – це вид індивідуального завдання, яке передбачає вирішення ряду практичних завдань з використанням раніше освоєного під час лекційних та семінарських занять матеріалу з метою його поглиблення та закріплення.

Розрахункова робота складається із завдань, що охоплюють різні теми дисциплін та є типовими для всіх студентів. Варіант розрахункової роботи студент обирає самостійно за останньою та передостанньою цифрами індивідуального номера студента. Виконання іншого варіанту не допускається. Кожен варіант містить 5 практичних завдань у формі задач.

Основними вимогами до виконання розрахункової роботи є наступні: робота повинна бути виконана письмово в зошиті; перед розв'язком задачі обов'язково викладається коротка умова з вихідними даними; під час написання розв'язків необхідно дотримуватись послідовності запису всіх етапів розв'язку задач, вказувати назву дій, наводити використані формули, записувати розгорнуті обрахунки, вказувати одиниці виміру показників та самостійно формулювати висновки.

Виконана та належним чином оформлена робота подається викладачу не пізніше дати проведення останнього семінарського заняття з дисципліни, при цьому студент повинен захистити свою роботу, тобто підтвердити самостійність її виконання.

5.2. Основні формули для розв'язування типових задач

В даному розділі наводяться основні формули, що використовуються в ході розв'язування задач розрахункової роботи. Формули в таблиці 5 наведено в послідовності, що відповідає порядку розв'язування завдань розрахункової роботи.

Таблиця 5

Формули, що використовуються для розв'язування типових задач розрахункової роботи

<i>Показник</i>	<i>Формула</i>	<i>Умовні позначення</i>
Рентабельність обороту	$R_{об} = ЧП \div ТО \cdot 100\%$	Роб- рентабельність обороту, % ЧП – чистий прибуток; ТО – товарооборот.
Рентабельність власного капіталу	$R_{вк} = ЧП \div ВК \cdot 100\%$	Рвк – рентабельність власного капіталу, %; ЧП – чистий прибуток; ВК – власний капітал.
Комерційна маржа	$K_m = ВП \div ТО \cdot 100\%$	Км – комерційна маржа, %; ВП – валовий прибуток; ТО – товарооборот.
Ціна біржової угоди	$Цб = Цпт + Надб (Знижк) + V_{тр} + Кб + Вб + Дм$	Цб- ціна біржової угоди; Цпт – ціна парії товарів; Надб – надбавка до ціни за якість; Знижк – знижка за за невідповідність базисним умовам; V _{тр} – витрати на транспортування; Кб – комісійні брокера; Вб – відрахування біржі; Дм – державне мито.
Коефіцієнт оновлення основних засобів	$K_{он} = Ввв.оз \div ПВоз.к.п.$	Кон – коефіцієнт оновлення основних засобів; Ввв.оз – вратість введених за період основних засобів; ПВоз.к.п. – первісна вартість основних засобів на кінець періоду.

Складено автором за джерелами: [17], [27], [33]

Продовження табл. 5

Показник	Формула	Умовні позначення
Коефіцієнт вибуття основних засобів	$K_{\text{вб}} = \frac{В_{\text{вв.оз}} + П_{\text{в.оз.п.п}}}{П_{\text{в.оз.п.п}}}$	Квб – коефіцієнт вибуття основних засобів; Ввв.оз – вратість введених за період основних засобів; ПВоз.п.п. – первісна вартість основних засобів на початок періоду.
Коефіцієнт приросту основних засобів	$K_{\text{пр.оз.}} = \frac{В_{\text{в.оз.}} + В_{\text{вв.оз.}}}{П_{\text{в.оз.к.п.}}}$	Кпр.оз – коефіцієнт приросту основних засобів; період основних засобів; Ввв.оз – вратість введених за період основних засобів; Ввв.оз – вратість введених за період основних засобів; ПВоз.к.п. – первісна вартість основних засобів на кінець періоду.
Середньоденний товарооборот	$ТО_{\text{д}} = \frac{ТО_{\text{пл}}}{Д}$	ТОд – середньоденний товарооборот; ТОпл – плановий товарооборот; Д – кількість днів у кварталі, місяці, році.
Представницький асортиментний набір	$З_{\text{ас}} = \frac{m \cdot Ц}{ТО_{\text{д}}}$	Зас – запас асортиментний, днів m – кількість різновидів товарів; Ц – середня ціна товарів одного різновиду; ТОд- середньоденний товарооборот.
Робочий запас в днях обороту	$З_{\text{роб}} = З_{\text{ас}} + З_{\text{д}} + З_{\text{під}}$	Зроб – робочий запас в днях обороту; Зас – запас асортиментний; Зд – запас на одноденну реалізацію; Зпід – запас на приймання на підготовку до продажу.

Складено автором за джерелами: [17], [27], [33]

Продовження табл. 5

<i>Показник</i>	<i>Формула</i>	<i>Умовні позначення</i>
Період заводу	$t=r \cdot (m+n)$	t – період заводу; r – інтервал між двома черговими партіями заводу; m – кількість різновидів товарів; n – кількість різновидів товарів, що в середньому знаходяться в одній партії.
Запас поточного поповнення	$Z_{пп}=t \div 2$	Z _{пп} – запас поточного поповнення; t – період заводу.
Запас страховий	$Z_{ст}=k \cdot (Z_{роб}+Z_{пп})$	Z _{ст} – страховий запас; k – норма страхового запасу у % від товарного запасу; Z _{роб} – робочий запас в днях обороту; Z _{пп} – запас поточного поповнення.
Загальний норматив товарних запасів	$N_d=Z_{ас}+Z_d+Z_{під}+Z_{пп}+Z_{ст}$	N _д – норма робочого запасу, днів; Z _{ас} – запас асортиментний; Z _д – запас на одноденну реалізацію; Z _{під} – запас на приймання на підготовку до продажу; Z _{пп} – запас поточного поповнення; Z _{ст} – страховий запас
Норма товарних запасів у грошовому виразі	$N_g=N_d \cdot T_{од}$	N _г – норма товарних запасів у грошовому виразі; N _д – загальний норматив товарних запасів; T _{од} – середньоденний товарооборот.
Коефіцієнт прийому персоналу	$K_p=Ч_p \div Ч_{сер}$	K _п – коефіцієнт прийому персоналу; Ч _п – кількість прийнятих працівників; Ч _{сер} – середньооблікова чисельність персоналу.

Складено автором за джерелами: [17], [27], [33]

Продовження табл. 5

Показник	Формула	Умовні позначення
Коефіцієнт звільнення персоналу	$K_{зв} = Ч_{зв} \div Ч_{сер}$	Кзв – коефіцієнт звільнення персоналу; Чзв - кількість звільнених працівників з будь-яких причин; Чсер – середньооблікова чисельність персоналу.
Коефіцієнт загального обігу персоналу	$K_o = (Ч_{зв} + Ч_{п}) \div Ч_{сер}$	Кзв – коефіцієнт загального обігу персоналу; Чзв - кількість звільнених працівників з будь-яких причин; Чп – кількість прийнятих працівників; Чсер – середньооблікова чисельність персоналу.
Коефіцієнт плинності персоналу	$K_{пп} = \frac{Ч_{з.вл.б.} + Ч_{з.п.дис.}}{Ч_{сер}}$	Чз.вл.б. – кількість звільнених за власним бажанням; Чз.п.дис. – кількість звільнених за порушення трудової дисципліни; Чсер – середньооблікова чисельність персоналу.
Коефіцієнт заміності	$K_{зам} = Ч_{п} \div Ч_{з}$	Кзам – коефіцієнт заміності персоналу; Чп – кількість прийнятих працівників; Чзв - кількість звільнених працівників з будь-яких причин.
Продуктивність праці персоналу	$ПП = TO \div Ч_{сер}$	ПП – продуктивність праці; ТО – товарооборот; Чсер – середньооблікова чисельність персоналу.

Складено автором за джерелами: [17], [27], [33]

5.3. Варіанти розрахункової роботи

Завдання № 1.

Оцінити конкурентоспроможність торговельного підприємства ПП «Малина» методом рангів використовуючи дані за підсумками його роботи за попередній рік, що наведені в таблиці 6. У процесі оцінки конкурентоспроможності ПП «Малина»:

- 1) розрахувати базові показники для оцінки конкурентоспроможності для ПП «Малина» та підприємств-конкурентів «А», «Б», «В», «Д» і занести їх до табл. 7;
- 2) провести ранжування та розподілити місця від 1 до 4 між підприємства за кожним критерієм оцінки використовуючи правило 1 місце – найкраща позиція за показником, що аналізується;
- 3) використовуючи принцип мінімуму набраних рангів оцінити місце ПП «Малина» в конкурентній боротьбі. (табл. 8).

Таблиця 6

Вихідні дані для розрахунків, тис. грн

Показники	Підприємства-конкуренти			Підприємство, що оцінюється ПП «Малина» Остання цифра індивідуального номера студента									
	А	Б	В	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Товарооборот	4560,7	3184,1	6084,9	4861,2	3589,5	5956,3	4785,3	2587,2	3001,4	5989,1	4321,5	5692,1	2780,9
Валовий прибуток	800,2	389,9	1000,5	705,7	502	607,9	409,8	125,6	500,4	569,1	452,6	520,2	280,6
Чистий прибуток	50,5	120	98,9	68	97,3	56,5	98,7	15,3	25,6	39,3	35,9	45	20
Власний капітал	606,8	350,8	500,1	850,3	400,6	352,2	220,1	180,1	207,6	387,5	400,6	369	150,9
Тривалість операційного циклу, дні	35	36	25	36	32	33	24	25	26	30	31	34	29

Таблиця 7

Розрахунок показників для оцінки конкурентоспроможності підприємства ПП «Малина» методом рангів

Об'єкт оцінки	Підприємство, що оцінюється	Підприємства-конкуренти		
		«А»	«Б»	«В»
1. Рентабельність обороту, %				
2. Рентабельність власного капіталу, %				
3. Тривалість операційного циклу,				
4. Комерційна маржа (рівень торговельної надбавки), %				

Результати розрахунків табл. 7 використати для оцінки конкурентоспроможності ПП «Малина» у табл. 8.

Таблиця 8

Оцінка конкурентоспроможності підприємства ПП «Малина» методом рангів (за критерієм мінімуму набраних балів)

Об'єкт оцінки	Підприємство, що оцінюється	Підприємства-конкуренти		
		«А»	«Б»	«В»
1. Рентабельність обороту, %				
2. Рентабельність власного капіталу, %				
3. Тривалість операційного циклу,				
4. Комерційна маржа (рівень торговельної надбавки), %				
Всього				
Місце в конкурентній боротьбі				

За результатами розрахунків зробити висновки.

Завдання № 2.

Сільськогосподарське підприємство ПАТ «Зерноленд» має намір реалізувати партію зернових культур, а саме кукурудзи через товарну біржу. На момент укладання угоди кукурудза ще не повністю зібрана підприємством з

полів, тому сторонами було обговорено наступні додаткові умови біржового контракту:

- 1) якщо партія зерна на момент поставки матиме кращі якісні показники від визначених біржовим комітетом, то надбавка до ціни складе – 3,5%;
- 2) якщо партія зерна на момент поставки матиме гірші показники – покупцеві буде надано знижку – 2%;
- 3) витрати на транспортування партії кукурудзи до складу товарної біржі оплачує продавець ПП «Зерноленд» та їх вартість складає 150 грн. /т;
- 4) відрахування біржі та державне мито складуть 0,5% та 1,5% від ціни партії зерна;
- 5) комісійні брокера становлять 500 грн. за кожні 50 т реалізованого зерна кукурудзи.

Вихідні дані за варіантами наведено в таблиці 9.

Таблиця 9

Вихідні дані про поставку партії товарів

Показники	Остання цифра індивідуального номера студента									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Розмір партії товарів, що поставляється, т	100	110	120	130	140	150	160	170	180	190
Ціна за 1 т, грн.	500	550	600	650	700	750	800	850	900	950
Додаткові умови по поставці	Кращі показники	Гірші показники	Відповідає вимогам	Кращі показники	Гірші показники	Відповідає вимогам	Кращі показники	Гірші показники	Відповідає вимогам	Кращі показники

Визначити ціну біржового контракту. За результатами розрахунків зробити висновки.

Завдання № 3.

Провести оцінку руху основних фондів дрібнооптового торговельно підприємства ПП «Рікс»: розрахувати коефіцієнти оновлення, вибуття, приросту. Відомо, що на за аналізований рік дрібнооптова база «Рікс» у квітні місяці вивела з експлуатації застріле холодильне устаткування, а в липні придбала нове на заміну попереднього. Також, у жовтні підприємством було введено в експлуатацію одну одиницю складського транспорту. Вартість основних засобів дрібнооптової бази «Рікс» на почток аналізованого періоду та зміни в його складі, що відбулись протягом року наведено в таблиці.

Таблиця 10

Вихідні дані, тис. грн.

Показники	Остання цифра індивідуального номера студента									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Вартість основних засобів на початок року	900	700	650	300	480	890	670	950	540	490
Вартість знятих з експлуатації основних засобів	150	85	110	53	67	310	50	100	92	63
Вартість придбаних основних засобів	92	66	74	26	150	210	98	160	45	39
Вартість введених основних засобів	300	120	91	60	135	145	79	174	80	95

За результатами розрахунків зробити висновки.

Завдання № 4.

Для торговельного підприємства ТОВ "Українські ковбаси" розрахуйте загальний норматив товарних запасів по сирокоченим ковбасним виробам, виходячи з наступних даних, що наведені в табл 11.

Таблиця 11

Вихідні дані

Показники	Остання цифра індивідуального номера студента									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
План продажу ковбасних виробів на IV квартал, тис. грн	7,56	9,65	10,4	5,85	7,25	8,26	2,3	6,5	7,4	9,7
Кількість асортиментних різновидів товару у торговому залі	15	20	30	18	16	25	34	19	20	30
Кількість різновидів товару, що надходять в середньому в 1 партії товарів	6	15	22	10	15	14	21	11	17	19
Середня вартість товару одного різновиду, грн	175	153	150	140	200	185	148	156	165	194
Частість заводу кондитерських виробів, днів	2	3	4	3	4	2	4	3	3	2
Час на прийомку та підготовку товарів до реалізації, днів	0,4	0,5	0,6	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5	0,6	0,4
Страховий запас, % від торг. запасу	30	35	40	32	39	36	40	45	35	50

За результатами розрахунків зробити висновки.

Завдання № 5.

Трудові ресурси роздрібного торговельного підприємства ПП «Тріксі» характеризуються показниками, що наведені в таблиці. Охарактеризуйте рух торговельного персоналу ПП «Тріксі» розрахувавши наступні показники: коефіцієнт прийому, коефіцієнт звільнення, коефіцієнт загального обігу, коефіцієнт плинності, коефіцієнт змінності та продуктивності праці.

Таблиця 12

Вихідні дані

Показники	Остання цифра індивідуального номера студента									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Середньооблікова чисельність персоналу, чол.	102	150	55	69	90	270	87	220	58	83
Кількість прийнятих працівників, чол.	25	30	10	5	2	39	15	20	5	18
Кількість звільнених, чол. у т.ч:										
-за власним бажанням	4	10	5	8	3	18	5	20	1	5
-за порушення трудової дисципліни	10	16	1	0	1	5	4	9	1	0
-за скороченням штатів	6	4	3	2	1	25	6	10	1	4
Товарооборот, тис.грн.	355,6	486,7	290,5	330,9	560,3	870,9	500,7	980,6	260,9	540,2

За результатами розрахунків зробити висновки.

Завдання та варіанти розрахункової роботи складено автором за джерелами: [28], [31], [33].

5.4. Критерії оцінювання розрахункової роботи

Розрахункова робота складається з п'яти практичних задач, кожна з яких оцінюється в 2 бали (за умови правильного виконання). В цілому за виконану в повному обсязі розрахункову роботу, згідно розподілу балів за індивідуальну роботу з дисципліни «Економіка торгівлі» (табл.2) студент може отримати 10 балів.

Основними критеріями щодо оцінювання розрахункової роботи є:

1. Правильність та повнота розрахунків.
2. Логічність, чітка структурованість та етапність розрахунків: наведення назв дій, формул, розгорнутих обрахунків та одиниць виміру.
3. Огрунтованість сформульованих висновків.
4. Дотримання вимогам щодо оформлення.
5. Самостійність виконаної розрахункової роботи.
6. Дотримання плану-графіку виконання розрахункової роботи та здачі її на перевірку.

На підставі встановлення відповідності чи невідповідності розрахункової роботи наведеним критеріям здійснюється розподіл балів за шкалою наведено в табл. 13.

Таблиця 13

Критерії оцінювання рефератів

<i>Кількість балів</i>	<i>Критерії</i>
8-10 балів	Розрахункова робота подана студентом до перевірки вчасно, в повному обсязі та містить всі правильно розв'язані задачі, розрахунки проведені послідовно, логічно, в ході розрахунків студент наводить формули, що використовуються для розв'язування задач, гарно оперує цифровими даними, дотримується правил щодо оформлення задач і роботи в цілому; самостійно обгрунтовує висновки.

Продовження табл. 13

<i>Кількість балів</i>	<i>Критерії</i>
5-7 балів	Розрахункова робота виконана студентом вчасно, задачі розв'язано повністю, але наявні незначні помилки в обрахунках, розрахунки послідовні та логічні, правильно застосовані формули для розрахунків, у висновках студент допускає несуттєві помилки, частково порушує правила оформлення задач і розрахункової роботи.
1-4 бали	Розрахункова робота подана з порушенням термінів, задачі виконані не в повному обсязі та містять грубі помилки у розрахунках, студент допускає суттєві помилки у відтворенні послідовності, логічності дій, формули наводяться частково, висновки до задач відсутні, оформлення роботи має грубі порушення.
0 балів	Розрахункова робота виконана частково, розрахунки проведені не правильно, відсутня логічність і послідовність викладення пояснень до розрахунків, висновки до задач відсутні, оформлення задач і роботи не відповідає вимогам, грубо порушено терміни здачі розрахункової роботи.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
2. Біловодська О.А., Сигида Л.О.. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2017. 202 с.
3. Валевич Р.П., Г.А. Давидова. Економіка організації торгівлі. Учбовий посібник. Мінськ, 2008. 371 с.
4. Власова Н.О., Гросул В.А., Круглова О.А., Чорна М.В. Економіка торгівлі: навч. посіб. Харків: Світ Книг, 2014. 473 с.
5. Волинчук Ю.В., Завадська О.М., Камінська І.М. [та ін.] Підприємництво і торгівля: навч. посібник, Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 620 с.
6. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
7. Господарський кодекс України від 16.01.2003р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. №18-22. ст. 144. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/43615/ed20141106> (дата звернення 15.03.2021 р.)
8. Добрава Н.В. Основи бізнесу: навч. посіб. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
9. Економіка і організація торгівлі. Методичні вказівки для практичних занять і самостійного вивчення дисципліни студентами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Л.М. Сатир, Л.І. Стаднік, В.М. Кепко та ін. Біла Церква, 2020. 125 с.
10. Економіка ресторанного господарства: навч. посіб. / Власова Н.О. та ін. Харків: Світ книг, 2019. 389 с.

11. Ковальська Л.Л., Кривов'язюк І.В. Економіка підприємства: підручник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.
12. Комерційна діяльність: підруч. / П. Ю. Балабан П.Ю. та ін., за ред. П. Ю. Балабана. Харків: Світ Книг, 2018. 452 с.
13. Кравченко М.С. Економіка торгівлі: методичні вказівки з підготовки до практичних занять з дисципліни «Економіка торгівлі» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» всіх форм навчання. Маріуполь: ПДТУ, 2020. 20 с.
14. Мазаракі А.А., Бланк І.О., Лігоненко Л.О. Внутрішня торгівлі в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія / за заг. наук. ред. А.А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2006.– 195 с.
15. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. 192 с.
16. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.
17. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. 402 с.
18. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
19. Одарченко Д.М., Сподар К.В., Соколова Є.Б. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво». Харків: ХДУХТ, 2005. 68 с.
20. Основи підприємництва: підручник. Біляк Т.О. та ін., під заг. ред. Н. В. Валінкевич. Житомир: ЖДТУ, 2019. 492 с.
21. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. І. М. Сотник, Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с

22. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: Постанова КМУ від 15.06 2006 р. № 833. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006%D0%BF#Text> (дата звернення 15.03.2021 р.)
23. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січ. 2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/406-18/ed20130704>. (дата звернення 15.03.2021 р.)
24. Роженко О.В. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 137 с.
25. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять: ДСТУ 4303:2004. Національний стандарт України. від 01.07. 2005 р. URL: <http://www.dt-kt.com/natsionalniy-standart-ukrayini-dstu-4303-2004-rozdribna-ta-optova-torgivlya/> (дата звернення 15.03.2021 р.)
26. Рокочка В.В., Алькема В.Г., Терехов В.І., Одягайло Б.М., Ковтонюк К.В та інші. Міжнародна торговельна діяльність: підручник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «Крок»., 2018. 698 с.
27. Савицька Н.Л. Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
28. Семикіна М.В., Збаржевецька Л.Д., Матієнко С.С. Економіка та організація торговельних підприємств. Методичні вказівки до практичних занять. Кіровоград: КНТУ, 2013. 80 с.
29. Синицина Г.А., Рачкован О.Д. Основи бізнесу та підприємницької діяльності: конспект лекцій. Харків : ХДУХТ, 2019. 93 с.

30. Сідун В.А., Ушакова Н.П., Гармаш В.В., Смокова Л.М. Економіка та планування в підприємствах торгівлі: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2005. 229 с.
31. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 «Фінанси». Харків: ХДУХТ, 2008. 130 с.
32. Таранюк Л.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
33. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. 116 с.
34. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. с. 221.
35. Шакланова, Р. И., В. В. Юсова. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 468 с.
36. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 376 с.
37. Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навч. посібн. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 376 с.
38. Юрко І. В. Торговельне підприємство: навчальний посібник, Київ: Центр учбової літератури, 2018. 232 с.
39. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2009. – 376 с.
40. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. вид. 2-ге перероб. і доп. К: Видавництво Ліра-К, 2020. 596 с.
41. Яскал О.О., Яскал І.В., Лопашук І.А. Економіка та організація торгівлі: практикум. Чернівці: Черн. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 132 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
2. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.
3. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006. 402 с.
4. Савицька Н.Л. Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємство: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
5. Семикіна М.В., Збаржевецька Л.Д., Матієнко С.С. Економіка та організація торговельних підприємств. Методичні вказівки до практичних занять. Кіровоград: КНТУ, 2013. 80 с.
6. Сукачова С. М. Економіка торгівлі: конспект лекцій для студ. за напр. підгот. 6.050100 «Фінанси». Харків: ХДУХТ, 2008. 130 с.
7. Чорна Л.О., Супрун С.Д. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Вінниця: ВМГО «Поділля-2000». 2002. 116 с.
8. Яскал О.О., Яскал І.В., Лопашук І.А. Економіка та організація торгівлі: практикум. Чернівці: Черн. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 132 с.

ДОДАТОК А

Зразок титульної сторінки реферату

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Реферат

з навчальної дисципліни: «Економіка торгівлі»
на тему: «Виставкова та ярмаркова діяльність в Україні»

Виконав: студент ___ курсу,
групи № _____,

(прізвище, ім'я, по батькові)

Перевірив викладач: _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

ПРО УКЛАДАЧА

Цибань Анжела Олександрівна – викладач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Черкаського державного бізнес-коледжу з 2011 року, спеціаліст II категорії.

У 2009 році закінчила з відзнакою Черкаський державний бізнес-коледж та здобула кваліфікацію бакалавра з економіки підприємства. У 2010 закінчила з відзнакою магістратуру Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини за спеціальністю «Економіка підприємства». У 2018 році закінчила магістратуру Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького за спеціальністю «Педагогіка вищої школи» та здобула кваліфікацію викладач університетів та закладів вищої освіти.

Нагороджена Почесною грамотою Управління освіти і науки Черкаської обласної державної адміністрації, 2016 р. та Грамотою Управління сім'ї, молоді та спорту Черкаської обласної державної адміністрації, 2016 р.

Автор навчально-методичних видань: «Національна економіка. Методичні рекомендації з дисципліни для студентів заочної форми навчання», 2012 р., «Економіка торгівлі. Збірник тестових завдань для самоконтролю», 2021 р.

ЦИБАНЬ Анжела Олександрівна

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ
Методичні рекомендації щодо виконання індивідуальної
роботи

Комп'ютерний набір А. О. Цибань

Підписано до друку _____2021 р. Формат 60x80¹/₁₆
Папір офсет. Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний.
Умов. друк. арк. 1,43. Тираж 20 прим. Зам. № 304

За довідками з питань реалізації
звертатись за тел. (0472) 64-05-15