

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Робоча програма
навчальної дисципліни
"СТАТИСТИКА РИНКУ
ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ"
для студентів напряму підготовки
6.030506 "Прикладна статистика"
денної форми навчання**

Харків. Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014

Затверджено на засіданні кафедри статистики та економічного прогнозування.

Протокол № 1 від 29.08.2013 р.

Укладачі: Раєвнєва О. В.

Чанкіна І. В.

P58 Робоча програма навчальної дисципліни "Статистика ринку товарів та послуг" для студентів напряму підготовки 6.030506 "Прикладна статистика" денної форми навчання / укл. О. В. Раєвнєва, І. В. Чанкіна. – Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 36 с. (Укр. мов.)

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями й темами, наведено плани лекцій та практичних занять, систему оцінювання знань студентів.

Рекомендовано для студентів напряму підготовки 6.030506 "Прикладна статистика".

Вступ

Ринок товарів та послуг в будь-якій країні характеризується існуванням стихійності та здатності до саморегулювання, проте кожен підприємець, що діє на цьому ринку, змушений або пристосуватися до дії ринкових факторів, або повинен впливати на них за допомогою маркетингових факторів, що дасть можливість отримати оптимальний результат їх діяльності. В обох випадках отримання бажаного результату можливо лише в умовах наявності максимально повної інформації про закономірності та тенденції функціонування ринку. Таким чином використання статистичних методів дозволяє охарактеризувати структуру ринку, дослідити основні тенденції його розвитку як в ретроспективі та перспективі, а також виявити і змодельювати вплив комплексу ринкових факторів. Саме тому більшість положень статистики ринку товарів і послуг широко застосовується у ході проведення маркетингових досліджень як на рівні конкретного учасника ринку, так і на рівні спеціалізованих консалтингових підприємств.

Крім того традиційною сферою застосування статистики ринку товарів і послуг є аналіз ринку, що проводиться на рівні органів державної статистики для отримання об'єктивної інформації про стан і розвиток ринку окремого товару або групи товарів на рівні країни або окремого регіону. Таким чином дана навчальна дисципліна формує у студентів такі компетентності, які спрямовані на набуття знань та вмінь дослідження ринку товару та послуг, як на рівні держави, так і на рівні окремого учасника ринку.

Метою навчальної дисципліни є розширення та поглиблення теоретичних знань, набуття професійних компетентностей щодо проведення статистичних досліджень функціонування ринку товарів та послуг.

Об'єктом навчальної дисципліни є методологія статистичних досліджень ринку товарів та послуг.

Предметом навчальної дисципліни є основні статистичні методи ринку товарів та послуг, а також теоретичні та практичні питання щодо аналізу та прогнозування розвитку соціально-економічних процесів і явищ в часовому просторі.

Основними завданнями навчальної дисципліни є:

аналіз ринкової кон'юнктури;

статистичний аналіз поведінки покупців та продавців на ринку товарів та послуг;

дослідження прямого та зворотного руху товарів та послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках;

статистичне дослідження тенденції зміни ринкових цін у перспективі та ретроспективі;

формування статистичних засад маркетингових досліджень;

дослідження макроекономічного попиту, пропозиції товарів та послуг.

Методологія і методика, що використовується в навчальній дисципліні, базується на загальних підходах до дослідження ринку в цілому, роботах вітчизняних і закордонних вчених із питань використання статистичних методів у дослідженні функціонування ринку товарів та послуг.

До вивчення даної навчальної дисципліни студент приступає, прослухавши базові дисципліни економічного та математичного циклу, зокрема, вищу математику, теорію ймовірності, математичну статистику, економічну теорію, мікроекономіку, макроекономіку, економіку підприємства, маркетинг, професійно-орієнтовані дисципліни навчального плану на пряму підготовки "Прикладна статистика". Структура робочої програми навчальної дисципліни наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Структура програми навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна: підготовка бакалаврів	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 3; у тому числі: змістовних модулів – 3; самостійна робота: ІРС	Галузь знань: 0305 "Економіка та підприємництво"	Вибіркова. Рік підготовки: 3. Семестр: 2(6)
Кількість годин: усього – 144 годин; за змістовними модулями: модуль 1 – 66 години; модуль 2 – 67 годин	Шифр та назва напрямку підготовки: 6.030506 "Прикладна статистика"	Лекції – 28 годин. Практичні – 28 годин. Самостійна робота: 88 годин (у тому числі підготовка до іспитів – 11 годин)
Кількість тижнів викладання навчальної дисципліни – 14. Кількість годин на тиждень – 4	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	Вид контролю: екзамен

1. Кваліфікаційні вимоги до студентів

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять, а також виконуючи практичні завдання. Велике значення в процесі вивчення й закріплення знань має самостійна та індивідуальна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенту необхідно набути таких компетентностей, які наведені у табл. 2.

Таблиця 2

**Компетентності,
що отримують студенти в процесі вивчення навчальної дисципліни
"Статистика ринків товарів та послуг"
(згідно з Національною рамкою кваліфікацій)**

№ п/п	Зміст компетентності	Теми навчальної дисципліни, що формують компетентність
1	2	3
1. Здатність до загального сприйняття ролі та напрямів статистичного дослідження ринку товарів та послуг		
Знання	Знання основних категорій статистики ринку товарів та послуг та загальної методології дослідження ринку	Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів і послуг
Вміння	Здатність визначати суб'єкт та об'єкт статистики ринку товарів та послуг. Здатність визначати тип ринку, тип товарів, особливості ринку послуг	
Комунікація	Здатність до критики та самокритики	
Автономність і відповідальність	Здібність виділяти серед різноманітних пропозицій щодо вирішення проблеми інформацію, яка дозволяє це здійснити. Здатність до розвитку креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення	

1	2	3
2. Здатність до визначення складу та статистичних характеристик матеріальних, інформаційних потоків і потоків послуг		
Знання	Знання класифікаційних ознак товарного потоку. Знання статистичних характеристик товарного потоку. Знання особливостей статистичного оцінювання інформаційних потоків та потоків послуг	Тема 2. Статистика товарних потоків
Вміння	Здатність визначати тип, напрям та характер товарного потоку. Здатність визначати особливості формування інформаційних потоків. Здатність визначати момент формування та характеристики потоків послуг	
Комунікація	Розвиток креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Навики толерантного ставлення до іншої думки у ході вирішення завдання. Здатність до критики та самокритики	
Автономність і відповідальність	Здібність виділяти серед різноманітних пропозицій щодо вирішення проблеми інформацію, яка дозволяє це здійснити. Здатність до розвитку креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення	
3. Здатність оцінювати ринкові ціни і тарифи, ємність та потенційні можливості ринку		
Знання	Знання категорій "ціна", "тариф", "інфляція". Знання системи кількісної оцінки ємності ринку	Тема 3. Статистика ринкових цін і тарифів. Тема 4. Статистика у маркетинговому дослідженні
Вміння	Здатність визначати індекси ринкових цін і тарифів. Здатність визначати рівень та динаміку інфляції. Здатність оцінювати перспективи розвитку товарних ринків та ємність ринку	
Комунікація	Розвиток креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Навики толерантного ставлення до іншої думки у ході вирішення завдання. Здатність до критики та самокритики	

1	2	3
Автономність і відповідальність	Здібність виділяти серед різноманітних пропозицій щодо вирішення проблеми інформацію, яка дозволяє це здійснити. Здатність до розвитку креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення	
4. Здатність оцінювати ринкові ціни і тарифи, ємність та потенційні можливості ринку		
Знання	Знання особливостей реакції споживачів на ринкові зміни. Знання категорії "еластичність" попиту та пропозиції. Знання особливостей поведінки виробників за умов ринкових змін	
Вміння	Здатність визначати реакцію споживача на зміну доходу або цін на товари та послуги. Здатність визначати індивідуальний попит споживача. Здатність проводити статистичну оцінку еластичності попиту та пропозиції. Здатність проводити статистичну оцінку рівня товарних запасів та товарообігу. Здатність визначати динаміку товарообігу. Здатність застосовувати статистичні методи управління виробничим процесом	Тема 5. Статистичне вивчення структури і поведінки споживачів. Тема 6. Статистичне вивчення структури і поведінки виробників
Комунікація	Навики командної роботи та розробки колективного рішення. Навики толерантного ставлення до іншої думки у ході вирішення завдання. Здатність до критики та самокритики	
Автономність і відповідальність	Здібність виділяти серед різноманітних пропозицій щодо вирішення проблеми інформацію, яка дозволяє це здійснити. Здатність до розвитку креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення	

1	2	3
5. Здатність щодо кількісної оцінки прямого та зворотного руху товарів на внутрішньому та зовнішньому ринках		
Знання	Знання показників статистики товароруку та товарообігу. Знання особливостей статистичного дослідження зовнішньоекономічної діяльності. Знання підходів до оцінки зворотного руху товарів	Тема 7. Статистичне вчення прямого руху товарів і послуг на внутрішньому ринку. Тема 8. Статистика прямого руху товарів і послуг на зовнішньому ринку. Тема 9. Статистика зворотного руху товарів
Вміння	Здатність визначати показники товароруку та товарообігу. Здатність визначати характеристики товарних потоків на зовнішніх ринках. Здатність визначати об'єм та внесок в основну діяльність зворотних потоків товарів	
Комунікація	Розвиток креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Навички толерантного ставлення до іншої думки при вирішенні завдання. Здатність до критики та самокритики	
Автономність і відповідальність	Здібність виділяти серед різноманітних пропозицій щодо вирішення проблеми інформацію, яка дозволяє це здійснити. Прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення	
6. Здатність визначати причини та наслідки змін кон'юнктури товарного ринку		
Знання	Знання основ ситуаційного аналізу. Знання джерел кон'юнктурної інформації. Знання статистичних методів дослідження кон'юнктури ринку	Тема 10. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку
Вміння	Здатність застосовувати ситуаційний аналіз в маркетингових дослідженнях. Здатність до визначення показників кон'юнктури ринку. Здатність визначати напрямки змін ринкової кон'юнктури	
Комунікація	Розвиток креативного мислення у ході вирішення поставлених завдань. Навички толерантного ставлення до іншої думки при вирішенні завдання. Здатність до критики та самокритики	

1	2	3
Автономність і відповідальність	Здатність до розвитку креативного мислення при вирішенні поставлених завдань. Прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення	

2. Тематичний план навчальної дисципліни

На початку вивчення навчальної дисципліни кожен студент має бути ознайомлений як із програмою навчальної дисципліни і формами організації навчання, так і її структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання навчальної роботи.

Навчальний процес згідно з програмою навчальної дисципліни "Статистика ринків товарів та послуг" здійснюється у таких формах: лекційні та практичні заняття; самостійна робота студентів; контрольні заходи.

Вивчення студентом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання навчальних модулів. Змістовий модуль – це відносно окремих самостійний блок навчальної дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками.

Тематичний план даної навчальної дисципліни складається з двох змістових модулів (табл. 3).

Таблиця 3

Структура залікового кредиту навчальної дисципліни

Тема	Кількість годин, відведених на:		
	лекції	лабораторні заняття	самостійну роботу
1	2	3	4
Змістовий модуль 1. Методологія статистики ринку товарів та послуг			
Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг	2	2	5
Тема 2. Статистика товарних потоків	2	2	6
Тема 3. Статистика ринкових цін і тарифів	4	4	11
Тема 4. Статистика у маркетинговому дослідженні	2	2	5

1	2	3	4
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти статистики ринку товарів та послуг			
Тема 5. Статистичне вивчення структури і поведінки споживачів	4	4	11
Тема 6. Статистичне вивчення структури і поведінки виробників	2	2	6
Тема 7. Статистичне вивчення прямого руху товарів і послуг на внутрішньому ринку	4	4	11
Тема 8. Статистика прямого руху товарів і послуг на зовнішньому ринку	2	2	5
Тема 9. Статистика зворотного руху товарів	2	2	6
Тема 10. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку	4	4	11
Усього годин	34	34	40

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Методологія статистики ринку товарів та послуг

Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів і послуг

Предмет, мета та функції статистики ринку товарів та послуг. Поняття ринку товарів та послуг, його ознаки. Суб'єкт та об'єкт ринку товарів та послуг.

Тема 2. Статистика товарних потоків

Товарний потік. Матеріальний потік та його параметри. Поняття інформаційного потоку. Поняття та сутність потоку послуг.

Тема 3. Статистика ринкових цін і тарифів

Поняття ціни й інфляції. Роль ціни на ринку. Завдання статистики цін. Система показників у статистиці цін. Методи розрахунку й аналізу рівня та структури ціни. Методи розрахунку й аналізу індексів цін. Методи розрахунку рівня та динаміки інфляції. Роль статистики у маркетинговому дослідженні цін.

Тема 4. Статистика у маркетинговому дослідженні

Цілі та задачі статистики у маркетинговому дослідженні. Характеристика товарного ринку у маркетинговому дослідженні. Ємність ринку.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти статистики ринку товарів та послуг

Тема 5. Статистичне вивчення структури і поведінки споживачів

Сутність статистичного вивчення структури та поведінки споживача. Реакція споживача на зміну доходу. Побудова кривої "Дохід споживача". Закон та криві Енгеля. Зміна вибору споживача при зміні ціни товарів. Побудова лінії індивідуального попиту споживача. Побудова лінії "Ціна споживання". Ефект прибутку й ефект заміни. Парадокс Гіфена.

Тема 6. Статистичне вивчення структури і поведінки виробників

Сутність структури та поведінки виробників на ринку товарів та послуг. Статистичний аналіз поведінки виробників. Роль статистичних методів в управлінні виробничими процесами. Виробництво, якість та конкурентоспроможність.

Тема 7. Статистичне вивчення прямого руху товарів і послуг на внутрішньому ринку

Сутність процесу товароруку. Система показників статистики товароруку. Побудова зведених індексів товарообігу. Показники товарних запасів та обігу запасів.

Тема 8. Статистика прямого руху товарів і послуг на зовнішньому ринку

Статистичне вивчення міжнародної торгівлі. Платіжний баланс – інструмент статистичного зображення зовнішньоекономічної діяльності.

Тема 9. Статистика зворотного руху товарів

Сутність та класифікація матеріальних потоків у статистичному дослідженні. Сутність інформаційних потоків. Сутність фінансових потоків. Сутність потоків послуг у статистичному дослідженні.

Тема 10. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку

Ситуаційний аналіз – важливий метод маркетингових обстежень. Система показників ринку та джерела кон'юнктурної інформації. Статистичні методи вимірювання еластичності попиту.

4. Плани лекцій

Змістовий модуль 1. Методологія статистики ринку товарів та послуг

Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів і послуг

1.1. Предмет, мета та функції статистики ринку товарів та послуг.

- 1.2. Поняття ринку товарів та послуг, його ознаки.
 - 1.3. Характеристика учасників ринку та їх економічні операції.
- Література:** основна [1; 3; 6; 7; 8]; додаткова [17; 22].

Тема 2. Статистика товарних потоків

- 1.1. Товарний потік та його характеристики.
 - 2.3. Поняття інформаційного потоку.
 - 2.4. Поняття та сутність потоку послуг.
 - 2.5. Статистична оцінка рівня товарних запасів та товарообіговості з використанням системи показників.
 - 2.6. Застосування індексного методу в аналізі динаміки товарообігу.
- Література:** основна [2; 6; 7; 8]; додаткова [16; 17; 22].

Тема 3. Статистика ринкових цін і тарифів

- 3.1. Поняття ціни й інфляції. Роль ціни на ринку.
 - 3.2. Завдання статистики цін. Система показників у статистиці цін.
 - 3.3. Методи розрахунку й аналізу індексів цін.
 - 3.4. Методи розрахунку рівня та динаміки інфляції.
- Література:** основна [1; 2; 4; 6; 9; 10]; додаткова [11; 14; 17; 19].

Тема 4. Статистика у маркетинговому дослідженні.

- 4.1. Цілі та задачі статистики у маркетинговому дослідженні.
 - 4.2. Характеристика товарного ринку у маркетинговому дослідженні.
- Література:** основна [1; 2; 5; 7; 10]; додаткова [11; 14; 17; 19; 22].

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти статистики ринку товарів та послуг

Тема 5. Статистичне вивчення структури і поведінки споживачів

- 5.1. Сутність статистичного вивчення структури та поведінки споживача.
 - 5.2. Реакція споживача на зміну доходу та ціни на товар чи послугу. Поведінка покупців у різних ситуаціях на ринку.
 - 5.3. Статистичні показники результату поведінки покупців.
 - 5.4. Прогнозування попиту
- Література:** основна [1; 3; 6; 9]; додаткова [11; 13; 15].

Тема 6. Статистичне вивчення структури і поведінки виробників

6.1. Сутність структури та поведінки виробників на ринку товарів та послуг.

6.2. Статистичний аналіз поведінки виробників.

6.3. Роль статистичних методів в управлінні виробничими процесами.

6.4. Виробництво, якість та конкурентоспроможність.

Література: основна [2; 4; 5]; додаткова [11; 12; 17].

Тема 7. Статистичне вивчення прямого руху товарів і послуг на внутрішньому ринку

7.1. Сутність процесу товароруху.

7.2. Система показників статистики товароруху.

7.3. Побудова зведених індексів товарообігу.

7.4. Показники товарних запасів та обігу запасів.

Література: основна [2; 6; 9; 10]; додаткова [11; 15; 17].

Тема 8. Статистика прямого руху товарів і послуг на зовнішньому ринку

8.1. Статистичне вивчення міжнародної торгівлі.

8.2. Платіжний баланс – інструмент статистичного зображення зовнішньоекономічної діяльності.

Література: основна [4; 9; 10]; додаткова [14; 18].

Тема 9. Статистика зворотного руху товарів

9.1. Сутність та класифікація матеріальних потоків у статистичному дослідженні.

9.2. Сутність фінансових потоків.

9.3. Сутність потоків послуг у статистичному дослідженні.

Література: основна [2; 6; 7; 9]; додаткова [14; 15; 17].

Тема 10. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку

10.1. Ситуаційний аналіз – важливий метод маркетингових обстежень.

10.2. Система показників ринку та джерела кон'юнктурної інформації.

10.3. Статистичні методи вимірювання еластичності попиту.

Література: основна [6; 9]; додаткова [11; 14; 22].

5. Плани лабораторних занять

Лабораторні роботи призначені для вироблення навичок, якими має оволодіти студент після вивчення навчальної дисципліни. Лабораторні заняття проводяться у спеціальному класі, обладнаному програмним та комп'ютерним забезпеченням. Перелік лабораторних занять наведено в табл. 4.

Таблиця 4

Перелік лабораторних робіт

Тема та мета лабораторних робіт (ЛР)	Кількість годин	Література
1	2	3
№ 1. "Формування системи показників ринку товарів та послуг". Мета – закріплення теоретичних та практичних навичок визначення основних показників дослідження та виявлення їх статистичних характеристик у пакеті MS Excel	2	Основна [4; 10]; додаткова [18; 21]
№ 2. "Оцінка основних характеристик товарного потоку". Мета – закріплення теоретичного та практичного розрахунку показників характеристик товарного потоку MS Excel	2	Основна [6; 7]; додаткова [18; 21; 22]
№ 3. "Індексний аналіз цін. Дослідження динаміки інфляційних процесів". Мета – закріплення теоретичних та практичних матеріалів з оцінки зміни цін за допомогою індексного аналізу в ПП MS Excel. Проведення згладжування часових рядів. Отримання навичок дослідження динаміки інфляційних процесів	4	Основна [2; 3; 5]; додаткова [18; 21]
№ 4. "Використання дерев рішень у маркетингових дослідженнях". Мета – набути навички побудови дерев рішень у пакеті ПП MS Excel	2	Основна [2; 3; 5]; додаткова [18; 21]
№ 5. "Оцінка структури споживачів. Прогнозування попиту на основі статистичних та економічних методів". Мета – закріплення теоретичного та практичного матеріалу використання методів структурного аналізу в дослідженні ринку споживачів. Отримання навичок побудови прогнозу попиту на ринку товарів та послуг у середовищі MS Excel та порівняння результатів розрахунку за різними методами	4	Основна [2; 9]; додаткова [18; 21]

1	2	3
№ 6 "Оцінка структурних зрушень на ринку товарів та послуг". Мета – Набуття навиків аналізу структурних зрушень на ринку товарів та послуг у середовищі MS Excel	2	Основна [5; 10]; додаткова [18; 21]
№ 7. "Структурний аналіз виробників за галузями промисловості". Мета – набуття навичок аналізу структурного аналізу ринку товарів та послуг у середовищі MS Excel	4	Основна [10]; додаткова [18; 21]
№ 8 "Дослідження товарного руху на національному та зовнішньому ринках". Мета – отримання навичок аналізу товарного руху на національному та зовнішньому ринках у середовищі MS Excel	6	Основна [9]; додаткова [18; 21]
№ 9 "Дослідження кон'юнктурних коливань". Мета – отримання навиків дослідження коливань кон'юнктури ринку товарів та послуг у середовищі MS Excel	4	Основна [9]; додаткова [18; 21; 22]
Усього	28	

На кожному лабораторному занятті студент має відповісти на контрольні запитання, які відображають його готовність до виконання лабораторної роботи, зокрема оволодіння необхідними теоретичними знаннями та усвідомлення мети роботи. Після закінчення виконання лабораторної роботи, викладач оцінює ступінь оволодіння відповідними навичками та досягнення мети даної роботи. Підсумкові оцінки за виконання кожної лабораторної роботи вносяться у відповідний журнал.

6. Самостійна робота студентів

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота студентів із вітчизняною та закордонною спеціальною літературою, спеціальними засобами моделювання, періодичними виданнями тощо.

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам:

1. Вивчення теоретичного матеріалу та тестування.
2. Підготовка до лабораторних занять.
3. Виконання домашнього завдання.
4. Контрольна перевірка кожним студентом особистих знань за запитаннями для самоконтролю.

Перелік питань для самостійного опрацювання подано в табл. 5.

Таблиця 5

Перелік питань для самостійного опрацювання

Назва теми	Питання для самостійного опрацювання (за модулями та темами)	Рекомендована література
Змістовий модуль 1. Методологія статистики ринку товарів та послуг		
Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів і послуг	1. Класифікація товарів та послуг. 2. Штрихове кодування	Основна [3; 7]; додаткова [11; 22; 23]
Тема 2. Статистика товарних потоків	1. Методика оцінки тіньового товарного потоку	Основна [5; 6]; додаткова [11]
Тема 3. Статистика ринкових цін і тарифів	1. Міжринковий аналіз в моделювання інфляції. 2. Методи оцінки структури динамічного ряду індексів цін	Основна [2; 4]; додаткова [11; 19]
Тема 4. Статистика у маркетинговому дослідженні	1. Методи оцінки поведінки конкурентів. 2. Роль статистики в формуванні логістичних потоків	Основна [2]; додаткова [28; 29; 30]
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти статистики ринку товарів та послуг		
Тема 5. Статистичне вивчення структури і поведінки споживачів	1. Аналіз диференціації населення за доходом. 2. Ефект прибутку й ефект заміни. Парадокс Гіфена	Основна [1; 6; 9]; додаткова [23]
Тема 6. Статистичне вивчення структури і поведінки виробників	1. Методи оцінки межі ринку. 2. Методи визначення конкурентної позиції виробника	Основна [2; 5]; додаткова [28; 31]
Тема 7. Статистичне вивчення прямого руху товарів і послуг на внутрішньому ринку	1. Інфраструктура товарного ринку. 2. Система показників у роздрібній торгівлі	Основна [2; 10]; додаткова [28; 30; 31]
Тема 8. Статистика прямого руху товарів і послуг на зовнішньому ринку	1. Джерела інформації про світові ціни на товари та послуги. 2. Статистична звітність про облік міжнародного товарообігу	Основна [4]. додаткова [14; 18]
Тема 9. Статистика зворотного руху товарів	1. Використання вторинної сировини як зворотній рух товарів	Основна [2; 6; 7]; додаткова [14; 22]
Тема 10. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку	1. Методики обробки та інтерпретації результатів у моніторингу кон'юнктури товарного ринку	Основна [9]; додаткова [11; 22]

7. Контрольні запитання для самодіагностики

1. Які існують статистичні критерії для визначення межі локального ринку?
2. Назвіть види ринків за класифікаційними ознаками.
3. У чому різниця поняття "товар", "послуга", "продукт"?
4. За якими статистичними показниками обліковується товар залежно від його функціонального використання?
5. Наведіть схему гармонізації світових, європейських і національних класифікацій.
6. Хто є учасником ринку та які існують економічні операції між ними?
7. За якими показниками і цінами вимірюються результати для економіки в цілому та для її секторів і галузей?
8. Розкрийте сутність рівняння макроекономічних реалізованих попиту і пропозиції.
9. Побудуйте модель товарного ринку.
10. Розкрийте сутність методу товарних потоків, який використовується на макро- і мікрорівнях.
11. Наведіть методику розрахунку мультиплікатора та супермультиплікатора нагромадження (доходу).
12. Наведіть рівняння обміну та розкрийте наслідки міжринкової взаємодії товарів і грошей.
13. Назвіть три категорії індексів цін, які охоплюють усі стадії товарообігу.
14. У чому полягає розбіжність індексів цін за формулами Пааше і Ласпейреса?
15. У чому полягає сутність паритетного співвідношення цін?
16. Які проблеми виникають при розрахунку індексу споживчих цін?
17. За якими компонентами можна аналізувати структуру часового ряду індексу споживчих цін?
18. Як визначають рівень та темп інфляції?
19. Що означає стан товарного ринку для купівлі чи для продажу?
20. Розкрийте методику розрахунків осцилятора і коефіцієнта відносної сили.
21. Які ознаки можна використовувати для вивчення структури покупців?

22. У чому розбіжність споживчих ресурсів, загальних доходів і грошових доходів?
23. У чому розбіжність споживчих, грошових і сукупних витрат домогосподарств?
24. Яка моторика розрахунку показників реального доходу, рівня бідності і рівня злиденності?
25. Які існують напрями вивчення еластичності попиту від ціни?
26. Наведіть формулу взаємозв'язку між еластичністю попиту від ціни, зміною ціни і обсягом реалізації певного товару.
27. Як розраховуються купівельна та інвестиційна активність населення, еластичність заощаджень від доходу?
28. Як розраховується коефіцієнт подібності (схожості) структур двох сукупностей?
29. Як здійснюється перерахунок конкретних видів товарів у первинний продукт?
30. Які існують методичні підходи до прогнозування кінцевого попиту?
31. Які існують два методи розрахунку націнок?
32. Розкрийте методику розрахунку аналітичних показників інфраструктури товарного ринку.
33. Які критерії використовуються для віднесення торгівлі до оптової як виду економічної діяльності?
34. У чому розбіжність понять "оптова торгівля", "посередництво в оптовій торгівлі", "комісійна торгівля", "комерційна діяльність"?
35. Назвіть абсолютні показники, які характеризують діяльність оптової торгівлі.
36. Назвіть абсолютні і відносні показники, які характеризують діяльність роздрібною торгівлі.
37. Як оцінюється випуск ринкових послуг у торгівлі?
38. Наведіть систему показників рентабельності торгівлі і розкрийте методику їх розрахунку.
39. Які існують методи визначення обсягу прихованого роздрібного товарообороту?
40. Яка розбіжність у методиці розрахунку частки ринку і конкурентної позиції виробника?
41. Що слугує критерієм визначення межі товарного ринку?
42. В якій статистичній звітності характеризується злиття підприємств?
43. Які можуть бути мотиви та наслідки злиття підприємств?

44. Охарактеризуйте методи визначення тіньової діяльності підприємств.
45. Побудуйте логічну схему показників фінансового результату діяльності підприємств.
46. Які методичні підходи до прогнозування пропозиції можна використати?
47. Розкрити поняття "митна вартість товару" і які існують ставки мита?
48. Яка існує залежність між цінами на продукти за умовами ФОБ і СІФ?
49. Як визначається індекс умов торгівлі?
50. За якими формулами оцінюється вплив фізичного обсягу та середніх цін на динаміку експорту (імпорту)?
51. Що характеризує платіжний баланс країни?
52. Як визначається коефіцієнт відкритості економіки?
53. Розкрийте види кон'юнктури з врахуванням попиту, пропозиції та товарних запасів.
54. Які показники варіації використовуються для оцінювання коливань і стійкості показників кон'юнктури?
55. Як розраховується місткість внутрішнього ринку?
56. Перелічіть канали реалізації споживчих товарів, обсяг реалізації яких обліковується і дораховується Держкомстатом України до роздрібного товарообороту.

8. Індивідуально-консультативна робота

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі: індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту лабораторних робіт, що винесені на поточний контроль тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

- а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:
консультації, індивідуальні (запитання-відповідь); групові (розгляд типових прикладів-ситуацій);
- б) за засвоєнням практичного матеріалу:
консультації індивідуальні і групові;
- в) для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу:
індивідуальне здавання лабораторних робіт та ДЗ.

9. Методики активізації процесу навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування таких навчальних технологій, як: проблемні лекції; презентації; самооцінка; банки візуального супроводження (табл. 6).

Таблиця 6

Використання навчальних технологій для активізації процесу навчання

Методики активізації процесу навчання	Практичне застосування навчальних технологій
1	2
Проблемні лекції направлено на розвиток логічного мислення студентів, коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами, використовується досвід закордонних навчальних закладів із роздачею студентам під час лекцій друкованого матеріалу та виділенням головних висновків із питань, що розглядаються. У ході читання лекцій студентам ставлять питання для самостійного розмірковування	Проблемна лекція з питання "Характеристика учасників ринку та їх економічні операції" (тема 1)
	Проблемна лекція з питання "Реакція споживача на зміну доходу та ціни на товар чи послугу. Поведінка покупців у різних ситуаціях на ринку" (тема 4)
	Проблемна лекція з питання "Роль статистичних методів в управлінні виробничими процесами" (тема 7)
	Проблемна лекція з питання " Ситуаційний аналіз – важливий метод маркетингових обстежень" (тема 11)
Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень	Демонстрація та обговорення результатів виконання лабораторних робіт та теоретичної підготовки до їх виконання
	Демонстрація та обговорення результатів самостійної підготовки з окремих питань
	Презентація домашнього завдання
Банки візуального супроводження за допомогою наочності сприяють активізації творчого сприйняття змісту навчальної дисципліни	Презентацію лекційного матеріалу в Power Point
	Лабораторні роботи
	Питання для самостійної роботи
Кейс-метод — метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів	Проблемна ситуація "Обґрунтування вибору маркетингового дослідження" (лабораторна робота за темою 4)

1	2
Важливими характеристиками ситуаційних вправ є їхні практична спрямованість та наявність прототипу реальної ситуації	
Самооцінка сприяє підвищенню зацікавленості студентів у виступах колег, виробленню об'єктивності у оцінці їх діяльності, підвищує відповідальність студентів за підготовку до виступу, дозволяє провести аналіз помилок у структурі або змісті виступу, виявити приховані конфлікти у групі	Виступи студентів із доповідями (презентаціями) із питань самостійної роботи, виконання ДЗ або підготовки до лабораторних робіт оцінюються іншими студентами групи, за критеріями: володіння матеріалом (60 %), вміння пояснити студентам (30 %), емоційність (10 %). Для проведення самооцінки використовується спеціальний бланк із зазначенням прізвища студента, критеріїв оцінки та вагових коефіцієнтів, який побудовано таким чином, щоб забезпечити анонімність (аби уникнути конфліктів у групі) та об'єктивність оцінок

10. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів

Система оцінювання знань, вмінь та навиків студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни "Статистика ринків товарів та послуг" передбачають лекційні та лабораторні заняття, а також самостійну роботу і виконання домашніх завдань. Контрольні заходи включають поточний і підсумковий контроль.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться у таких формах:

1. Оцінювання знань студента під час лабораторних занять.
2. Виконання домашніх завдань.
3. Проведення проміжного тестування.
4. Проведення поточного модульного контролю.
5. Проведення підсумкового письмового іспиту.

Об'єктами поточного контролю є:

а) систематичність, активність та результативність роботи протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни; виконання лабораторних робіт; відвідування занять;

б) виконання завдань для самостійного опрацювання;

в) рівень виконання модульних завдань.

Оцінювання студентів проводиться відповідно до технологічної карти за курсом. Розподіл балів за формами та методами навчання наведено в табл. 7.

Таблиця 7

Розподіл балів за формами та методами навчання

Тема	Лекції	Лабораторні роботи	Самостійна робота (домашні завдання)	Тестова контрольна робота	Модульна контрольна робота	Σ
Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів і послуг	0,4	3	0,5	1		4,9
Тема 2. Статистика товарних потоків	0,4	3	0,5	1		4,9
Тема 3. Статистика ринкових цін і тарифів	0,8	3	0,5	1		5,3
Тема 4. Статистика у маркетинговому дослідженні	0,2	3	0,5	1	5	9,7
Тема 5. Статистичне вивчення структури і поведінки споживачів	0,8	3	0,5	1		5,3
Тема 6. Статистичне вивчення структури і поведінки виробників	0,4	3	0,5	1		4,9
Тема 7. Статистика вивчення прямого руху товарів і послуг на внутрішньому ринку	0,8	3	0,5	1		5,3
Тема 8. Статистика прямого руху товарів і послуг на зовнішньому ринку	0,4	3	0,5	1		4,9
Тема 9. Статистика зворотного руху товарів	0,4	3	0,5	1		4,9
Тема 10. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку	0,4	3	0,5	1	5	9,9
Усього	5	30	5	10	0	60

Розподіл балів за формами та методами навчання

Оцінювання знань студента під час лабораторних занять має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Лабораторна робота оцінюється в 3 бали з них:

1 бал – правильність відповідей за темою роботи. Викладач в усній формі перевіряє теоретичні знання студента за відповідною темою та практичні навички їх використання;

1 бал – грамотно сформований звіт та вміння використовувати можливості програмних продуктів та технологій використання ЕВМ. Студент має сформулювати звіт, що відповідає завданню лабораторної роботи та розкриває всі етапи її виконання. Викладач в усній формі перевіряє знання студента з використання програмного продукту та його можливостей.

1 бал – коректність обраних вихідних даних та вміння дати економічну інтерпретацію отриманих розрахункам.

Під час оцінювання виконання лабораторних робіт увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). У випадку несвоєчасності здачі оцінка складає 70 % від отриманого результату.

Домашнє завдання виконується студентом до кожної теми і перевіряється наприкінці вивчення теми навчальної дисципліни. Розрахунки відповідного завдання студент має провести без використання програмних засобів. До кожної теми розроблено методичні рекомендації з завданням та методикою його виконання.

Приклад домашнього завдання

Коефіцієнт еластичності попиту домогосподарств регіону на продовольчі товари становив $0,56 + a$ %. Середній дохід на душу населення у базисному періоді дорівнював $170 + b$ грн, а у прогнозованому періоді цей показник досягне $195 + c$ грн. У середньому на душу населення в регіоні було спожито продовольчих товарів у базисному періоді на суму $440 + d$ грн. Розрахувати прогнозне значення кінцевого попиту населення (у розрахунку на одну особу) у прогнозованому періоді. Варіанти завдання подані в табл. 8.

Зробити висновки.

Таблиця 8

Варіанти для виконання завдання № 1

Варіант	a	b	c	d
1	0,3	1 276	1 345	2 567
2	0,08	1 342	1 521	2 431
3	0,02	1 563	1 618	2 654
4	-0,1	1 124	1 323	2 112
5	0,07	1 321	1 513	2 653
6	-0,05	2 010	2 131	3 014
7	0,12	1 564	1 608	2 425
8	-0,21	1 623	1 689	2 716
9	0,01	1 812	1 915	3 001
10	-0,02	1 265	1 333	1 546

Домашнє завдання оцінюється 0,5 бала, з них:

0,5 бала – у випадку правильного вирішення завдання, тобто повного виконання всіх елементів завдання, коректного використання статистичної інформації, наявності економічної інтерпретації результатів розрахунків;

0,25 бала – наявність помилок. Дана оцінка виставляється у випадку наявності несуттєвих помилок у розрахунках, відсутності економічної інтерпретації, невиконання деяких елементів завдання чи несвоєчасності виконання;

0 балів – не виконано завдання. Робота не оцінюється у випадку наявності грубих помилок, не виконання більше ніж 50 % завдань.

Проміжна тестова контрольна робота проводиться після закінчення вивчення кожної теми навчальної дисципліни. У ході проведення поточного тестування визначається рівень знань студентів із теоретичних питань навчальної дисципліни.

Тестові завдання охоплюють теоретичний матеріал теми, який вивчається в межах навчальної дисципліни та згруповані за трьома модулями, кожен з яких складається з тестових завдань різного рівня складності.

Тестові завдання розрізняються за принципом побудови відповіді.

Тестові завдання закритого типу:

1. *Альтернативні* тестові завдання передбачають наявність двох варіантів відповіді типу "так" – "ні", "правильно" – "неправильно", їх використовують для перевірки правильності вибору або прийняття рішення у згорнутій формі. Для правильної відповіді на них слід констатувати лише хибність чи істинність наведеного твердження. У випадку, якщо твердження, що підлягає оцінці на істинність, містить хоча б один виняток, його вважають хибним. Типовим початком питання є "Чи правильно, що...".

2. Тестові завдання з *множинними відповідями* "правильно" – "неправильно" передбачає наведення кількох варіантів відповідей (до 5), з яких правильною вважається лише одна. За ними тестується глибина знань, розуміння різних аспектів явищ, процесів тощо.

3. Тестові завдання з *множинними відповідями* "правильно" передбачає наведення кількох варіантів відповідей (до 5), з яких правильними може виявитися не одна. За ними тестується глибина знань, розуміння різних аспектів явищ, властивостей, процесів тощо. Під час формулю-

вання питання зазначають: "Оберіть усі можливі ...", "Оберіть усі ..., що відповідають умовам ...".

4. Тестові завдання *на поєднання відповідних частин* відносяться до найскладніших. Їх сутність полягає у формуванні двох (чи більше) колонок інформації, одна з яких містить певні терміни, елементи навчальної дисципліни, а друга – відповідні їх визначення, властивості тощо, але у іншому порядку. Студентам пропонується поставити визначення (властивості, графіки і т. ін.) у тому ж порядку, що й терміни (елементи). В якості відповіді наводиться послідовність позначень відповідних визначень.

5. Тестові завдання *відкритого типу* передбачають вільні відповіді тестованих, є завданнями без запропонованих варіантів відповідей використовуються для виявлення знань термінів, визначень, понять тощо. Їх сутність полягає у наведенні у запитанні твердження, деякі слова якого замінені прогалиною. У процесі відповіді замість простору студенту потрібно вписати відповідний професійний термін, що перетворить дане твердження на істинне.

Для поточного тестування використовуються тести в електронному вигляді та розміщені на сайті "Персональних навчальних систем Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця".

Тестове завдання містить 10 – 15 запитань щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни залежно від теми.

Тестове завдання оцінюється в 1 бал, із них:

50 % вірних відповідей – 0,5 бала;

75 % вірних відповідей – 0,75 бала;

100 % вірних відповідей – 1 бал.

Робота на лекціях оцінюється в 0,4 бала, із них:

0,3 бала – присутність на лекції;

0,1 бала – активна участь у дискусії, відповіді на запитання лектора.

Модульна контрольна робота здійснюється та оцінюється в письмовій формі за відповідними завданнями, зміст яких містить питання теоретичного та практичного характеру. Впродовж семестру поточна контрольна проводиться два рази.

Теоретична частина завдання поточного контролю містить 4 питання у відкритій формі.

Практична частина завдання поточного контролю складається з комплексного завдання, розрахунки за яким проводиться на ЕВМ за допомогою відповідних програмних продуктів.

Зразок модульної контрольної роботи

Теоретична частина

1. Наведіть статистичні показники результату поведінки покупців.
2. Якими теоретичними моделями можна описати поведінку споживачів в різних ситуаціях на ринку?
3. Наведіть формулу еластичності попиту та пропозиції та їх модифікації.
4. Наведіть основні особливості процесу товарного руху.

Практична частина

Задача 1. Кількість учнів та видатки на їх утримання характеризуються даними, які подано в табл. 9.

Таблиця 9

Вихідні дані для розрахунків

Категорія учнів	Кількість учнів, тис. осіб		Витрати на утримання 1 учня, грн/рік	
	базисний період	звітний період	базисний період	звітний період
Учень коледжу	5,6	5,5	860	2 100
Учень ПТУ	5,2	4,3	840	2 050
Разом	10,8	9,8	–	–

Визначте індекси загальних видатків на освіту окремих категорій учнів. Обчисліть, на скільки процентів змінилися загальні видатки на освіту за рахунок зміни видатків на одного учня та структури учнів за категоріями.

Задача 2. Відомі такі дані про товарообіг і зміну цін (табл. 10).

Таблиця 10

Вихідні дані для розрахунків

Товари	Товарообіг у фактичних цінах		Збільшення(+) ціни, %
	базисний	звітний	
Тканини	4,4	5,0	+15
Одяг	6,0	8,2	+10
Взуття	3,2	4,0	-22

Визначити: індивідуальний індекс цін; загальний індекс цін; загальний індекс товарообігу у фактичних цінах; загальний індекс фізичного обсягу товарообігу (кількості проданих товарів); приріст товарообігу за рахунок зміни кількості проданих товарів.

Задача 3. За наведеними в табл. 11 даними, визначте загальну ємкість ринку товару.

Таблиця 11

Вихідні дані для розрахунків

Соціальна група за доходом	Кількість домогосподарств	Середній обсяг споживання в базисному періоді на одну особу, од./сімей	Коефіцієнт еластичності, %		Наявність товарів споживачів, тис. од.	Зношення (в % до наявності)		Натуральне споживання, у відсотках до загального
			від цін	від доходу		фізичне	моральне	
Високозабезпечені	100	8,2	-0,6	+1,2	90	10	125	5
Середньозабезпечені	300	3,4	-1,4	+2,5	24	8	12	15
Малозабезпечені	600	1,5	-3,0	+3,4	16	6	5	30

Відповіді студентів оцінюються в 5 балів. Бали за завдання розподіляються таким чином:

2 бали – теоретична частина;

3 бали – практична частина.

У кожній поточній контрольній роботі 4 відкритих питання, кожне з яких оцінюється в 0,5 бала. Під час оцінювання за кожним питанням ураховується повнота і правильність відповіді, підготовка студента за основною та додатковою літературою.

Оцінка практичної частини контрольної роботи складається з двох частин:

- оцінка коректності і правильності розрахунків. У випадку коректного виконання завдання без помилок, описання вибору статистичного інструментарію студент отримує 2 бали. Наявність помилок чи відсутність коментарів за окремим етапом розрахунків знижує оцінку студента.

- економічна інтерпретація результатів розрахунків оцінюється в 1 бал. Оцінка враховує вміння студента робити висновки як на кожному етапі розрахунків, так і за всією роботою.

У випадку несвоєчасності виконання контрольної роботи оцінка за неї скорочується на 30 %.

Проведення підсумкового письмового іспиту

Умовою допуску до іспиту є отримання 35 балів та більше протягом семестру.

Іспит здійснюється в письмовій формі за екзаменаційними білетами. Екзаменаційний білет складається з практичних завдань.

Зразок екзаменаційного завдання

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Семена Кузнеця

Напрямок підготовки "Прикладна статистика"

Навчальна дисципліна "Статистика ринку товарів та послуг"

Екзаменаційний білет № 1

Стереотипне завдання 1. У звітному році виробництво товарів і послуг становило 486,5 млрд грн, проміжне споживання – 284,3 млрд грн. Чисті податки на продукти дорівнюють 29,3 млрд грн. Визначте валовий внутрішній продукт.

Стереотипне завдання 2. Маємо дані, які наведені у табл. про середні прибутки та видатки з оплати послуг у базисному та звітному роках, тис. грн (табл. 12).

Таблиця 12

Вихідні дані для розрахунків

Показники	Базовий рік	Звітний рік
Середній річний прибуток на душу населення	18,0	22,4
Витрати на оплату послуг	2,4	4,6

Визначте коефіцієнт еластичності витрат на оплату послуг залежно від прибутку.

Діагностичне завдання 1. Маємо дані, які наведені у табл. 13, підприємств-постачальників.

Таблиця 13

Вихідні дані для розрахунків

Підприємство	Оптова реалізація, тис. грн		Частка оптової реалізації в загальній сумі		Сума витрат, тис. грн		Рівень витрат	
	база	звіт	база	звіт	база	звіт	база	звіт
Склад	9 000	16 000	0,6	0,8	180	280	0,02	0,0175
База	6 000	4 000	0,4	0,2	240	220	0,04	0,055

Визначити: індекс рівня витрат, індекс абсолютної суми витрат; приріст (скорочення) абсолютної суми витрат за кожною організацією за рахунок зміни рівня витрат та обсягу оптової реалізації; приріст (скорочення) абсолютного рівня витрат у цілому за обома підприємствами.

Діагностичне завдання 2. Відомі дані про товарообіг і зміну цін, які наведені у табл. 14.

Таблиця 14

Вихідні дані для розрахунків

Товари	Товарообіг у фактичних цінах, млн грн		Зміни ціни, %
	Базисний період	Звітний період	
Тканини	4,4	5,0	+5
Одяг	6,0	8,2	+10
Взуття	3,2	4,0	-2

Визначити: індивідуальний індекс цін; загальний індекс цін; загальний індекс товарообігу у фактичних цінах; загальний індекс фізичного обсягу товарообігу; приріст товарообігу за рахунок зміни кількості проданих товарів.

Евристичне завдання. З метою дослідження споживчого ринку та визначення обсягів закупівлі товарів на 2014 рік перед аналітиком мережі роздрібної торгівлі постає завдання спрогнозувати обсяг продажу кондиціонерів у регіоні, де проживало у 2012 році 132 тис. осіб, на 2014 рік. Природний приріст населення в середньому становить 1,5 % щорічно. Коефіцієнт сімейності – 3,4. Середня забезпеченість кондиціонерами становить 34 % норми. Раціональна норма забезпеченості кондиціонерами – 80 од. на 100 сімей. Середній термін експлуатації кондиціонера – 12 років. Досягнутий щорічний відсоток збільшення забезпеченості кондиціонерами за даними вибіркового спостереження становить 2,5 %. Середня ціна кондиціонера в цінах 2013 року – 2,5 тис. грн. Зробіть економічний висновок за проведеними розрахунками.

Затверджено на засіданні кафедри економічної статистики

Протокол №_ від _____ 201_ року

Зав. кафедри _____ Екзаменатор _____

Відповіді студентів оцінюються за 100-бальною системою, максимальний бал за екзамен 40 балів.

Загальна оцінка за екзаменаційний білет складається з оцінки за кожне завдання:

Евристичне завдання – 10 балів:

1 бал – студент лише навів формули для розрахунків;

2 бали – завдання вирішено невірно, але деякі етапи наведено вірно;

3 бали – завдання вирішено з грубими помилками, що впливають на кінцевий результат економічних розрахунків;

4 бали – завдання виконано вірно наполовину: проведено лише частину розрахунків;

5 балів – завдання виконано повністю, проте є несуттєві неточності в розрахунках та відсутні коментарі до розрахунків та висновки;

6 балів – завдання виконано повністю, проте не наведено обґрунтовано доцільність використання того чи іншого статистичного інструментарію;

7 балів – завдання виконано вірно, якісно оформлено, обґрунтовано доцільність використання того чи іншого статистичного інструментарію в аналізі запропонованої ситуації, проте економічні висновки відсутні;

8 балів – завдання виконано вірно, якісно оформлено, обґрунтовано доцільність використання того чи іншого статистичного інструментарію в аналізі запропонованої ситуації, проте економічні висновки є неповними;

9 балів – завдання вирішено бездоганно, продемонстровано знання статичного апарату, наведено повне обґрунтування проведених розрахунків та економічні висновки;

10 балів – завдання виконано бездоганно, без жодної помилки, якісно оформлено, проведено порівняльний аналіз того чи іншого статистичного інструментарію для розв'язання практичних ситуацій, за результатами розрахунків зроблені аргументовані аналітичні висновки та узагальнення.

Діагностичне завдання – 9 балів:

1 бал – студент лише навів формули для розрахунків;

2 бали – завдання вирішено невірно, але деякі етапи наведено вірно;

3 бали – завдання вирішено з грубими помилками, що впливають на кінцевий результат економічних розрахунків;

4 бали – завдання виконано вірно наполовину: проведено лише частину розрахунків;

5 балів – завдання виконано повністю, проте є несуттєві неточності в розрахунках та відсутні коментарів до розрахунків та висновки;

6 балів – завдання виконано повністю, проте не наведено обґрунтовано доцільність використання того чи іншого статистичного інструментарію чи відсутні економічні висновки за результатом розрахунків;

7 балів – завдання виконано вірно, якісно оформлено, обґрунтовано доцільність використання того чи іншого статистичного інструментарію в аналізі запропонованої ситуації, проте економічні висновки є неповними;

8 балів – завдання вирішено бездоганно, продемонстровано знання та статичного апарату, наведено повне обґрунтування проведених розрахунків та економічні висновки;

9 балів – завдання виконано бездоганно, без жодної помилки, якісно оформлено, проведено порівняльний аналіз того чи іншого статистичного інструментарію для розв'язання практичних ситуацій, за результатами розрахунків зроблені аргументовані аналітичні висновки та узагальнення.

Стереотипне завдання – 6 балів:

1 бал – студент лише сформував файл із вихідними даними;

2 бали – завдання вирішено невірно, але деякі етапи наведено вірно;

3 бали – завдання виконано вірно наполовину: проведено лише частину розрахунків;

4 бали – завдання виконано повністю, проте є несуттєві неточності в розрахунках чи відсутні коментарі до розрахунків та висновки;

5 балів – завдання виконано повністю, проте не наведено обґрунтовано доцільність використання того чи іншого статистичного інструментарію чи відсутні економічні висновки за результатом розрахунків;

6 балів – завдання виконано вірно, якісно оформлено, наведено повне обґрунтування проведених розрахунків та економічні висновки.

Максимальна кількість балів, яку студент може отримати за результатами іспиту, складає 40 балів. Мінімальна кількість балів, яку студент може отримати – 25 балів.

Навчальна дисципліна вважається зарахованою, якщо в сумі студент накопичив 60 балів (35 балів + 25 балів (іспит)).

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів Університету в систему оцінювання за шкалою ECTS конвертується в підсумкову оцінку за шкалою ECTS (табл. 15).

Таблиця 15

Переведення показників успішності знань студентів у систему оцінювання за шкалою ECTS

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за бальною шкалою, що використовується в ХНЕУ ім. С. Кузнеця	Оцінка за національною шкалою
A	90 – 100	Відмінно
B	82 – 89	Добре
C	74 – 81	
D	64 – 73	Задовільно
E	63 – 60	
FX	35 – 59	Незадовільно
F	1 – 34	

11. Рекомендована література

11.1. Основна

1. Голуб Л. А. Социально-экономическая статистика : учебн. пособ. / Л. А. Голуб. – М. : ВЛАДОС, 2001. – 272 с.
2. Практикум по теории статистики : учебн. пособ. / под ред. Р. А. Шмойловой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 424 с.
3. Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг : навч. посібн. / Л. Г. Рождественська. – К. : КНЕУ, 2005. – 419 с.
4. Семенов А. И. Логистика. Основы теории : учебник для вузов / А. И. Семенов, В. И. Сергеев. – СПб. : "Союз", 2003. – 544 с.
5. Социально-экономическая статистика : учебник / под ред. Б. И. Башкова. – М. : Юнити, 2002. – 324 с.
6. Статистика : навч. посібн. / під ред. д.е.н., проф. О. В. Раєвневої. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 520 с.
7. Статистика рынка товаров и услуг : учебн.-практ. пособ. / И. К. Беляевский, Л. А. Данченко, А. В. Коротков и др. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2006. – 143 с.
8. Статистика : учебн. пособ. / сост. Е. В. Мюллер, Е. А. Беляев. – Самара : Самар. гос. техн. ун-т., 2006. – 155 с.
9. Теория статистики : учебник / под ред. Р. А. Шмойловой ; М. : ФИС, 2004. – 424 с.
10. Экономическая статистика : учебник / под ред. Ю. Н. Иванова. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 125 с.

11.2. Додаткова

11. Венецкий И. Г. Основные математико-статистические понятия и формулы в экономическом анализе / И. Г. Венецкий, В. И. Венецкая. – М. : Статистика, 1979.
12. Верба В. Проектний аналіз / В. Верба, О. Загородніх. – К. : КНЕУ, 2000.
13. Винстон У. Microsoft Office 2007. Анализ данных и бизнес-моделирование / У. Винстон ; пер. с англ. – М. : Русская редакция, 2008. – 608 с.
14. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний. – К. : Борисфен-М, 1996. – 220 с.

15. Владимирова Л. П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л. П. Владимирова. – М. : Изд. дом "Дашков и К^о", 2000. – 160 с.
16. Джини К. Средние величины / К. Джини. – М. : Статистика, 1970. – 80 с.
17. Ильенкова Н. Д. Спрос: анализ и управление / Н. Д. Ильенкова. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 150 с.
18. Лялин В. С. Статистика. Теория и практика в Excel / В. С. Лялин, И. Г. Зверева, Н. Г. Никифорова. – М. : Финансы и статистика ; ИНФРА-М, 2010. – 448 с.
19. Суринов А. Е. Доходы населения. Опыт количественных измерений / А. Е. Суринов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 80 с.
20. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / за ред. А. І. Кредісова. – К. : Віра-Р, 1998. – 120 с.
21. Хамухин А. А. Решение оптимизационных задач в среде Microsoft Excel / А. А. Хамухин. – Томск : Издательство Томского политехнического университета, 2011. – 43 с.
22. Эрлих А. Технический анализ товарных и финансовых рынков : прикл. пособ. / А. Эрлих. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 106 с.

Зміст

Вступ.....	3
1. Кваліфікаційні вимоги до студентів.....	5
2. Тематичний план навчальної дисципліни.....	9
3. Зміст навчальної дисципліни.....	10
4. Плани лекцій	11
5. Плани лабораторних занять.....	14
6. Самостійна робота студентів	15
7. Контрольні запитання для самодіагностики	17
8. Індивідуально-консультативна робота	19
9. Методики активізації процесу навчання	20
10. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів	21
11. Рекомендована література.....	33
11.1. Основна.....	33
11.2. Додаткова.....	33

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Робоча програма
навчальної дисципліни
**"СТАТИСТИКА РИНКУ
ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ"**

для студентів напряму підготовки
6.030506 "Прикладна статистика"
денної форми навчання

Укладачі: **Раєвнєва Олена Валентинівна**
Чанкіна Ірина Володимирівна

Відповідальний за випуск **Раєвнєва О. В.**

Редактор **Хижняк Т. М.**

Коректор **Маркова Т. А.**

План 2014 р. Поз. № 141.

Підп. до друку

Формат 60 x 90 1/16. Папір MultiCopy. Друк Riso.

Ум.-друк. арк. 2,25. Обл.-вид. арк. 2,81. Тираж прим. Зам. №

Видавець і виготівник – видавництво ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
Дк № 481 від 13.06.2001 р.