

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Економічний факультет
Кафедра статистики, обліку та аудиту

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри



Оксана НЕСТЕРЕНКО

Протокол № 1 від “26” серпня 2024 р.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС

дисципліни «Аналіз кон’юнктури ринку»

для студентів _____ денної (заочної) форми навчання
рівень вищої освіти _____ другий (магістерський)
галузь знань _____ 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність _____ 051 «Економіка»
освітня програма _____ «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика»

Розроблено:

к.е.н., доцент, доцент ЗВО кафедри статистики, обліку та аудиту
Чала Тетяна Георгіївна

2024/2025 навчальний рік

ЗМІСТ

1. Робоча програма навчальної дисципліни;
2. Методичні рекомендації для виконання курсових, лабораторних, практичних, самостійних робіт тощо;
3. Приклади завдань семестрових екзаменів (письмових залікових робіт).

1. РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра статистики, обліку та аудиту

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан економічного факультету

Віталій ДЯЧЕК



2024 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

«Аналіз кон'юнктури ринку»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

спеціальність 051 «Економіка»

освітня програма «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика»

вид дисципліни за вибором

факультет економічний

2024 / 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету
“27” серпня 2024 року, протокол № 11

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

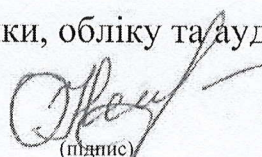
Тетяна ЧАЛА, доцент закладу вищої освіти кафедри статистики, обліку та аудиту ХНУ імені В. Н. Каразіна, канд. екон. наук, доцент.

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Програму схвалено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол від “26” серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри статистики, обліку та аудиту

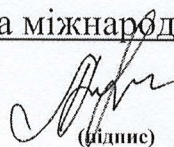


(підпис)

Оксана НЕСТЕРЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми (керівником
проектної групи) «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика»
назва освітньої програми

Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проектної групи) «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика»



(підпис)

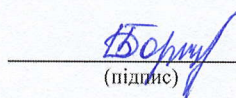
Юлія ЛАЗЕБНИК

Програму погоджено науково-методичною комісією
економічного факультету

назва факультету, для здобувачів вищої освіти якого викладається навчальна дисципліна

Протокол від “27” серпня 2024 року № 1

Голова науково-методичної комісії



(підпис)

Дар'я ЗАГОРСЬКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра спеціальності (напряму) 051 «Економіка» освітня програма «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є формування системи знань і практичних навичок з економіко-статистичного аналізу та оцінювання загальноекономічної й товарної кон'юнктури ринку.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- формування знань з аналізу факторів формування кон'юнктури ринку, дослідження взаємозв'язків та взаємозалежностей кон'юнктурних процесів;
- набуття навиків моделювання та прогнозування економічної кон'юнктури;
- вироблення вміння використовувати отримані знання в практичній діяльності.

Після завершення курсу студент має набути такі **загальні, фахові та спеціалізовані компетентності**:

ЗК2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Здатність розробляти та управляти проєктами.

ЗК8. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.

СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень.

СК3. Здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки.

СК4. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, методи та прийоми дослідження економічних та соціальних процесів, адекватні встановленим потребам дослідження.

СК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

СК11. Здатність планувати і розробляти проєкти у сфері економіки, здійснювати її інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення.

ДСК2. Здатність до бізнес-аналітики, статистичного забезпечення та обґрунтування управлінських рішень щодо ведення бізнесу (здатність проводити системний аналіз зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища діяльності суб'єктів господарювання; здатність визначати вплив макро- і мікро-економічних елементів на бізнес; здатність використовувати відповідні інструменти для аналізу бізнес-середовища; здатність проводити фінансовий та кредитний аналіз).

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни

За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
16 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
–	–
Самостійна робота	
88 год.	110 год.
у тому числі, контрольна робота	
25 год.	25 год.

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **результатів навчання**:

РН2. Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності.

РН4. Розробляти соціально-економічні проєкти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

РН7. Обирати ефективні методи управління економічною діяльністю, обґрунтовувати пропоновані рішення на основі релевантних даних та наукових і прикладних досліджень.

РН8. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань.

РН9. Приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

РН11. Визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів.

РН12. Обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики.

ДРН2. Демонструвати навички проведення бізнес-аналізу, оцінювання стану та тенденцій розвитку економічних явищ і процесів, факторів формування зовнішнього (та внутрішнього) бізнес-середовища функціонування підприємств.

ДРН3. Демонструвати спроможність до статистичного забезпечення та обґрунтування управлінських рішень у бізнесі на основі системного аналізу, багатовимірною статистичного аналізу, моделювання та прогнозування бізнес-процесів.

ДРН4. Розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі економіки, бізнес-аналітики та міжнародної статистики. Володіти методикою проведення фінансового та кредитного аналізу, оперувати аналітичною інформацією, здійснювати зіставлення параметрів економічних процесів, виявлення змін і аналізу причин їх виникнення, діагностування підприємства і позиціонування його у бізнес-середовищі.

Після завершення курсу студент має здобути **знання**:

- усвідомлювати основні напрями дослідження економічної кон'юнктури;
- виявляти особливості розрахунку основних показників ринкової кон'юнктури;
- демонструвати розуміння методологічних засад вимірювання інтенсивності динаміки ринкових процесів;

- визначати та описувати принципи аналізу основної тенденції розвитку, оцінювання сезонних і циклічних коливань;
вміння:
- застосовувати економіко-статистичні методи обробки інформації;
- проводити системний аналіз макроекономічного середовища функціонування суб'єктів підприємницької діяльності;
- аналізувати динаміку складних соціально-економічних явищ за допомогою різних статистичних методів;
- визначати й аналізувати кон'юктуроформуючі фактори, що зумовлюють ринкову ситуацію;
- визначати вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства, адаптувати підприємство до швидкозмінного зовнішнього середовища;
- демонструвати володіння методикою визначення рівня ринкової концентрації та монополізації;
- проводити статистичний аналіз кон'юктури ринку із використанням інформації міжнародних баз даних.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу кон'юктури ринку

Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юктури ринку

Поняття й сутність кон'юктури ринку. Сутність й види економічної кон'юктури. Етапи дослідження економічної кон'юктури.

Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юктури ринку

Класифікація інформації. Первинна та вторинна інформація. Класифікація методів збору інформації. Використання програмного забезпечення при проведенні аналізу кон'юктури ринку.

Тема 3. Система показників дослідження кон'юктури ринку

Система статистичних показників кон'юктури ринку. Формування системи показників дослідження кон'юктури ринку. Особливості розрахунку основних показників ринкової кон'юктури.

Розділ 2. Методи аналізу кон'юктури ринку

Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку

Поняття, види конкуренції та ринкових структур. Поняття ринкової концентрації. Визначення рівня ринкової концентрації. Стандартний показник концентрації CR . Індекс Херфіндала – Хіршмана.

Тема 5. Кон'юктурні дослідження попиту та пропозиції

Економічна природа попиту та пропозиції. Динаміка попиту та пропозиції. Співвідношення попиту та пропозиції на окремих фазах економічного циклу. Статистичні методи оцінювання еластичності попиту та пропозиції. Поняття та види місткості товарного ринку. Основні методи визначення місткості товарного ринку.

Тема 6. Аналіз цінних показників кон'юктури ринку

Роль і функції ціни на ринку. Класифікація цін як основа їхній диференційованого вивчення. Фактори ринкового ціноутворення. Основні методи ринкового ціноутворення.

3. Структура навчальної дисципліни*

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усь- го	у тому числі					усь- го	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу кон'юнктури ринку												
Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	12	2	2	–	–	8	15,5	1	0,5	–	–	14
Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	14	3	2	–	–	9	15,5	1	0,5	–	–	14
Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	14	3	2	–	–	9	16	1	1	–	–	14
Разом за розділом 1	40	8	6	–	–	26	47	3	2	–	–	42
Розділ 2. Методи аналізу кон'юнктури ринку												
Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	20	3	4	–	–	13	16,5	1	0,5	–	–	15
Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	19	3	4	–	–	12	15,5	1	0,5	–	–	14
Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	16	2	2	–	–	12	16	1	1	–	–	14
Разом за розділом 2	55	8	10	–	–	37	48	3	2	–	–	43
Контрольна робота	25	–	–	–	–	25	25	–	–	–	–	25
Усього годин	120	16	16	–	–	88	120	6	4	–	–	110

* структура навчальної дисципліни (години на вивчення) може змінюватись у зв'язку із змінами законодавства, ступенем засвоєння матеріалу студентами, коригуванням структури навчального року (графіку навчального процесу) тощо. Можлива зміна послідовності розкриття навчального матеріалу в межах окремого розділу або теми, але так, щоб не порушувалась загальна логіка його викладу.

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	2	0,5
2	Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	2	0,5
3	Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	2	1
4	Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	4	0,5
5	Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	4	0,5
6	Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	2	1
	Разом	16	4

5. Завдання для самостійної роботи

Самостійна робота студента включає: опрацювання навчального матеріалу, підготовку до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, підготовку до усіх видів контролю.

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи (назва теми)	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Проробка конспекту лекції, вивчення рекомендованої літератури по темах, які викладаються на лекціях	12	30
2	Підготовка до практичних занять	18	22
3	Підготовка до поточного контролю	12	23
4	Підготовка до підсумкового контролю (екзамену)	21	10
	Виконання контрольної роботи з курсу	25	25
	Разом	88	110

6. Індивідуальні завдання

Не передбачено.

7. Методи навчання

Основними відмінностями активних та інтерактивних методів навчання від традиційних вважаються не лише методика і техніка викладання, але і висока ефективність навчального процесу, яка проявляється через:

- високу мотивацію студентів;
- закріплення теоретичних знань на практиці;
- підвищення самосвідомості студентів;
- вироблення здатності ухвалювати самостійні рішення;
- вироблення здатності приймати колективні рішення;
- вироблення здатності до соціальної інтеграції;
- придбання навичок вирішення конфліктів;
- розвиток здатності до компромісів.

При викладанні дисципліни для активізації навчального процесу передбачено використання таких сучасних навчальних технологій як кейс-метод, проблемні лекції, міні-лекції, робота в малих групах.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується кількома ключовими моментами і увага студентів має бути сконцентрована на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках. При проведенні проблемної лекції має бути розданий друкований матеріал і виділені головні висновки з питань, що розглядаються.

При викладанні лекційного матеріалу студентам пропонуються питання для самостійного розмірковування. При цьому лектор ставить питання, які спонукають студента шукати вирішення проблемної ситуації. Така ситуація змушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді.

На початку проведення проблемної лекції необхідно чітко сформулювати проблему, яку необхідно вирішити студентам. При викладанні лекційного матеріалу слід уникати прямої відповіді на поставлені питання, а висвітлювати матеріал таким чином, щоб отриману інформацію студент міг використати при вирішенні проблеми.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доведень та узагальнень.

На початку проведення міні-лекції за обраними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносять питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладають їх стисло. Лекційне заняття, проведене у такий спосіб, пробуджує у студента активність та увагу до сприйняття матеріалу, а також спрямовує його на використання системного підходу при відтворенні інформації, яку він отримав під час лекції.

Проблемні лекції та міні-лекції доцільно поєднувати з такою формою активізації навчального процесу, як робота в малих групах.

Дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо певної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання навчальної дисципліни представлено в табл.

Використання навчальних технологій для активізації процесу навчання

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу кон'юнктури ринку	
Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	Міні-лекція, дискусія
Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	Лекція, дискусія
Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	Лекція
Розділ 2. Методи аналізу кон'юнктури ринку	
Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	Лекція
Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	Проблемна лекція з питання: Практика організації кон'юнктурних досліджень попиту та пропозиції
Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	Кейс-метод – Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку

8. Методи контролю

Оцінювання знань здобувачів з дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» передбачає всі види занять, передбачених навчальним планом. Під час вивчення дисципліни застосовуються такі методи оцінювання знань:

•*поточний контроль* здійснюється на практичних заняттях під час усної співбесіди зі студентами за результатами виконання домашніх завдань, перевірки розв'язання типових задач; перевірки розв'язання нетипових задач на використання знань в практичних ситуаціях;

•*проміжний контроль* проводиться за допомогою проведення тестового контролю;

•*підсумковий контроль* передбачає проведення екзамену з усього курсу.

Поточне оцінювання знань студентів здійснюється під час проведення практичних, і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
- відвідування занять;
- виконання контрольної роботи;
- складання проміжного контролю за розділами.

Контроль систематичного виконання самостійної роботи та активності на практичних заняттях проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- уміння поєднувати теорію із практикою при розгляді практичних ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні індивідуальних завдань, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу при виступах в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Проміжний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом лекційного матеріалу та вміння застосування його для вирішення практичної ситуації й проводиться у вигляді тестування. При цьому тестове завдання може містити як запитання, що стосуються суто теоретичного матеріалу, так і запитання, спрямовані на вирішення невеличкого практичного завдання.

Проміжний тестовий контроль проводиться один раз на семестр. Тривалість тестування – 1,5 години. Тестове завдання містить запитання одиничного і множинного вибору різного рівня складності.

Тести можуть бути застосовані як із метою контролю, так і для закріплення теоретичних знань і практичних навичок.

Тести для проміжного контролю обираються із загального переліку тестів за відповідними темами.

Підсумковий контроль за курсом – у формі екзамену.

Екзамен здійснюють за екзаменаційними завданнями, які містять три питання (два теоретичних питання й одне практичне завдання) і тести. Вони дають можливість здійснити оцінювання знань студента за дисципліною.

Екзамене завдання оцінюється за чотирирівневою шкалою.

9. Схема нарахування балів та критерії оцінювання знань студентів

Структура засобів контролю та розподіл балів із дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» наведена нижче.

Узагальнена схема нарахування балів (денна форма)

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання							Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом	Екзамен	Сума
Розділ 1			Розділ 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6					
5	5	5	5	5	5	30	60	40	100	

T1, T2 ... – теми розділів.

Узагальнена схема нарахування балів (заочна форма)

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання							Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом	Екзамен	Сума
Розділ 1			Розділ 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6					
5	5	5	5	5	5	30	60	40	100	

T1, T2 ... – теми розділів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ДЛЯ ДИСЦИПЛІНИ

Критерії оцінювання результативності роботи студентів при виконанні самостійної роботи

Якісними критеріями оцінювання виконання індивідуальних завдань студентами є:

1. *Повнота виконання завдання:* елементарна; фрагментарна; повна; неповна.

2. *Рівень самостійності студента*

- під керівництвом викладача;
- консультація викладача;
- самостійно.

3. *Сформованість навчально-інформаційних умінь* (роботи з підручником, володіння різними способами читання, складання плану, рецензій, конспекту, вміння користуватися бібліотекою, спостереження, експеримент тощо)

4. *Сформованість навчально-інтелектуальних умінь* (визначення понять, аналіз, синтез, порівняння, класифікація, систематизація, узагальнення, абстрагування, вміння відповідати на запитання, виконувати творчі завдання тощо);

5. *Рівень сформованості фахових методичних вмінь* (вміння застосовувати на практиці набуті знання):

- низький – володіння умінням здійснювати первинну обробку навчальної інформації без подальшого її аналізу;
- середній – уміння вибирати відомі способи дій для виконання фахових завдань;
- достатній – застосовує набуті знання у стандартних практичних ситуаціях;
- високий – володіння умінням творчо-пошукової діяльності.

Критерії оцінювання здобувачів вищої освіти за відповіді на питання поточного контролю

Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння певного матеріалу, вироблених навичок проведення розрахункових робіт, умінь самостійно опрацьовувати тексти, здатності осмислити зміст теми чи розділу, умінь публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація).

Якісними критеріями оцінювання виконання завдань поточного контролю є:

- *Повнота відповіді або виконання завдання:* елементарна; фрагментарна; повна; неповна.
- *Рівень сформованості логічних умінь:* елементарні дії; операція, правило, алгоритм; правила визначення понять; формулювання законів і закономірностей; структурування суджень, доводів, описів.

Критерії оцінювання здобувачів вищої освіти за виконання контрольної роботи

Максимальна оцінка за виконання завдань контрольної роботи – 30 балів.

Контрольна робота оцінюється за критеріями:

- самостійності виконання;
- логічності та послідовності викладення матеріалу;
- деталізації плану;
- повноти та глибини розкриття теми, аналітичної частини;
- наявності ілюстрацій (таблиці, рисунки, схеми і т. д.);
- кількості використаних джерел;
- використання статистичної інформації, додаткових літературних джерел та ресурсів мережі Інтернет;
- відображення практичного досвіду;
- обґрунтованості висновків;
- наявності конкретних пропозицій і прогнозів з обов'язковим посиланням на використані літературні джерела;
- якості оформлення, презентації та захисту контрольної роботи.

Параметри та критерії оцінювання контрольної роботи

Параметри оцінювання	Діапазон оцінки, балів
Оцінювання якості контрольної роботи	0-20
Відповідність змісту контрольної роботи темі та затвердженому плану	0-3
Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження, та коректність використання понятійного апарату	0-5
Коректність застосування статистичних методів для дослідження соціально-демографічних явищ і процесів	0-5
Обсяг та адекватність використаних при написанні роботи першоджерел та дотримання етики посилань	0-2
Відповідність оформлення контрольної роботи встановленим вимогам	0-5
Оцінювання захисту контрольної роботи	0-10
Вміння чітко та стисло викласти основні результати дослідження	0-2
Повнота, глибина, обґрунтованість відповідей на питання	0-3
Змістове наповнення та оформлення презентації	0-5
Разом	0-30

Допуск студента до підсумкового контролю

Допуск студента до підсумкового контролю здійснюється за умови отримання не менше 10 балів за сумарними результатами усіх видів поточного семестрового контролю.

Критерії оцінювання на екзамені

Оцінювання знань студента проводиться за чотирирівневою шкалою: зараховано (відмінно, добре, задовільно) не зараховано (незадовільно). За екзамен студент може отримати максимум 40 балів:

- Для отримання оцінки «відмінно» (35-40 балів) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язно й обґрунтовано;
 - навести вірне рішення задачі та тестів.
- Для одержання оцінки «добре» (25-34 бала) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал зв'язно й обґрунтовано;
 - можливі помилки у відповідях на тести.
- Для отримання оцінки «задовільно» (15-24 бала) студент повинен:
 - викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
 - можливі помилки при розв'язанні задачі та в тестах.

4. Оцінку «незадовільно» (1-14 балів) отримують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередніх пунктах.

Кожне екзаменаційне завдання оцінюється окремо.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами підсумкового завдання).

У відповідності до набраних студентом балів за розділами та за екзамен оцінка знання матеріалу проводиться за дворівневою шкалою згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90–100	відмінно
70–89	добре
50–69	задовільно
1–49	незадовільно

10. Рекомендована література

Основна література

1. Методичні рекомендації до написання контрольної роботи з навчальної дисципліни «Статистичний аналіз кон'юнктури ринку» / Т. Г. Чала Т. Г., Д. І. Черненко, Г. С. Корепанов. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 32 с.
2. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соболев, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соболева, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.
3. Чала Т.Г. Аналіз кон'юнктури ринку: дистанційний курс на платформі LMS Moodle. URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=1004>.
4. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
5. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
6. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
7. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Допоміжна література

1. ДСТУ 3008:2015. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 26 с.
2. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 17 с.
2. Комлева М. А., Чала Т. Г. Застосування сингулярного спектрального аналізу для прогнозування динаміки ринку землі сільськогосподарського призначення в Україні. *Innovations and prospects of world science*. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2022. Pp. 936-938. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/02/INNOVATIONS-AND-PROSPECTS-OF-WORLD-SCIENCE-2-4.02.22.pdf>
3. Соболев В.М., Корепанов О.С., Чала Т.Г., Молошніков Є.В. Вплив ринку будівельних матеріалів на економічне зростання в умовах війни: порівняльний макро- та мікроаналіз. *Бізнес Інформ*. Харків. 2024. № 1. С. 124–131. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2024-1_0-pages-124_131.pdf
4. Чала Т. Г., Корепанов Г. С., Черненко Д. І. UN Comtrade Database як інформаційне джерело наукових досліджень з міжнародної торгівлі товарами країн Європейського Союзу // *Бізнес Інформ*. 2016. № 11. С. 48–53.
5. Чала Т.Г., Савченко Д.Б. Статистичний аналіз ринку послуг мийки автомобілів. *Innovations and Prospects in Modern Science*. VI Міжнар. наук.-практ. конф., 5–7.06.2023, Стокгольм, Швеція. С. 586–589. URL: <https://sci-conf.com.ua/vi-mizhnarodna-naukovo->

praktichna-konferentsiya-innovations-and-prospects-in-modern-science-5-7-06-2023-stokholm-shvetsiya-arhiv/

6. Chala T., Korepanov G., Chernenko D. Statistical analysis of international merchandise trade between Latvia and Ukraine using international databases. *Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management*. Volume 11 (2023), Issue 1. 2023. PP.26–36.

7. Chala T., Korepanov O., Lazebnyk Y., Korepanov G., Chernenko D. Statistical modelling and forecasting of wheat and meslin export from Ukraine using the singular spectral analysis. *STATISTICS IN TRANSITION new series and STATISTICS OF UKRAINE Joint Special Issue: A New Role for Statistics*. Vol. 23, No. 5, 2023. pp. 185–213.

8. Lazebnyk Y., Korepanov O., Chala T., Korepanov G., Chernenko D., Plumite U., Komlieva M. Statistical modelling of factors influencing the agricultural land market in Ukraine. *Latvian Journal of Physics and Technical Sciences*. ISSN 0868-8257. Latvia. 2022. Issue 6. Vol. 59. Pp. 52–67. DOI: 10.2478/lpts-2022-0047. URL: https://fei-web.lv/images/zurnali/2022/FEI_Zurnal_2022-6.pdf.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Metadata Classifications. RAMON – Reference And Management Of Nomenclatures // Eurostat. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC (дата звернення: 01.04.2023).
3. WTO Statistics Database // World Trade Organization (WTO). URL: <http://stat.wto.org/Home/WSDBHome.aspx?Language=E> (дата звернення: 01.04.2023).
4. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 01.04.2023).

12. Особливості навчання за денною формою в умовах дії обставин непоборної сили

В умовах дії форс-мажорних обмежень освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/розпоряджень ректора/проректора або за змішаною формою навчання, або повністю дистанційно в синхронному режимі.

У разі проведення екзамену/заліку в дистанційній формі використовується LMS платформа Moodle з автентифікацією здобувача у режимі відеоконференції з Zoom. Реєстрація (допуск до складання) учасників освітнього процесу, а також обмін контрольними (підсумковими) завданнями та відповідями на них здійснюється винятково з корпоративної електронної пошти Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (домен – karazin.ua) із забезпеченням академічної доброчесності. При проведенні екзамену/заліку в дистанційній формі використовуються технічні і програмні засоби, які дозволяють забезпечити аудіо- і відео- фіксацію.

Режим доступу до курсу на LMS платформі Moodle: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=1004>.

2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИКОНАННЯ КУРСОВИХ, ЛАБОРАТОРНИХ, ПРАКТИЧНИХ, САМОСТІЙНИХ РОБІТ ТОЩО

Тематика та плани практичних занять

Практичні заняття проводяться з метою:

- закріплення студентом теоретичних знань, отриманих на лекційних заняттях або в результаті самостійного вивчення необхідного матеріалу, а також впродовж виконання індивідуальної науково-дослідної роботи (контрольної роботи);

- отримання практичних навиків проведення науково-дослідної роботи;

- проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів.

Під час проведення практичних занять організовується дискусія навколо попередньо визначених тем, до яких студенти готують доповіді, а також обговорюються проблемні питання, на які мають бути знайдені відповіді в результаті дискусії.

На практичних заняттях у студентів мають сформуватися вміння і навички виконання деяких видів науково-дослідної роботи, пов'язаної з обраною тематикою з використанням прикладних комп'ютерних програм.

У процесі проведення практичного заняття студенти самостійно чи у групах (як малих, так і великих) вирішують запропоновані завдання різного рівня складності.

Після формулювання загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів здійснюється розв'язування завдань з їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, тестовий контроль, їх перевірка і оцінювання.

З метою виявлення рівня засвоєння матеріалу викладачем проводиться перевірка і обговорення роботи, яку виконували студенти, а також підбиття підсумків з отриманням студентами відповідної оцінки в залежності від результатів виконаної роботи.

Слід зазначити, що проведення практичних занять вимагає попередньо підготовлений матеріал (тести, різні завдання тощо).

За підсумками кожного практичного заняття фіксуються оцінки, які враховуються при виставленні поточної модульної оцінки з даної навчальної дисципліни.

План проведення практичних занять

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ТА ЦІНОВІ ПОКАЗНИКИ

Практичне заняття 1. «Система показників економіко-статистичного дослідження кон'юнктури ринку»

Перелік основних завдань:

1. Формування поняття про систему статистичних показників дослідження кон'юнктури ринку.
2. Визначення особливостей розрахунку основних показників ринкової кон'юнктури.

Питання для дискусії:

1. Основні вимоги до використання економічних показників в кон'юнктурному аналізі.
2. Основні вимоги до формування системи статистичних показників кон'юнктури ринку.
3. Особливості розрахунку основних показників ринкової кон'юнктури.
 - 3.1. Показники, що характеризують тип та масштаб ринку.
 - 3.2. Показники пропорційності розвитку ринку.

Література:

1. Статистика ринків: підруч. для вищ. навч. закл./ наук. ред. Н. О. Парфенцева. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2017. 863 с.
2. Черненко Д. І. Формування системи статистичних показників оцінки кон'юнктури ринку лабораторних медичних послуг в Україні / Д. І. Черненко // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики. Зб. наук. пр. / Нац. акад. стат., обліку та аудиту. – К. : ТОВ “ВПД “Формат”, 2013. – Вип. 12. – С. 258–267.

Практичне заняття 2. «Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції»

Перелік основних завдань:

1. Вивчення економічної природи попиту та пропозиції.
2. Дослідження динаміки попиту та пропозиції.
3. Визначення співвідношення попиту та пропозиції на окремих фазах економічного циклу.
4. Дослідження статистичних методів оцінювання еластичності попиту та пропозиції.

Питання для дискусії:

1. Які фактори визначають попит та пропозицію?
2. Поняття ринкової рівноваги.
3. Який економічний зміст еластичності попиту та пропозиції?

Література:

1. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соколов, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соколова, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.

2. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

3. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Практичне заняття 3. «Статистичний аналіз цінових показників кон'юнктури ринку»

Перелік основних завдань:

1. Вивчення ролі і функції ціни на ринку.
2. Вивчення класифікації цін.
3. Визначення факторів ринкового ціноутворення.
4. Дослідження основних методів ринкового ціноутворення.

Питання для дискусії:

1. Які роль ціни на ринку?
2. За якими ознаками класифікують ціни?
3. Фактори та методи ринкового ціноутворення.
4. Методи розрахунку та аналізу індексів цін.

Література:

1. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соколов, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соколова, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.

2. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

3. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

Практичне заняття 4. «Методи дослідження загальногосподарської й товарної кон'юнктура ринку»

Перелік основних завдань:

1. Вивчення загальногосподарської кон'юнктури.
2. Визначення показників загальногосподарської кон'юнктури.
3. Вивчення методики дослідження кон'юнктури споживчого ринку.
4. Визначення характеристик якості й конкурентоспроможності товару.

Питання для дискусії:

1. Зміст загальногосподарської кон'юнктури.
2. Показники загальногосподарської кон'юнктури.
3. Різниця між загальногосподарською та товарною кон'юнктурою ринку.

Література:

1. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соколов, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соколова, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.

2. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

3. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Практичне заняття 5. «Статистичне вивчення кон'юнктури споживчого ринку»

Перелік основних завдань:

1. Визначення структури споживчого ринку.
2. Вивчення показників кон'юнктури виробництва споживчих товарів.
3. Вивчення показників збутової й торговельної кон'юнктури.
3. Вивчення методики проведення статистичного аналізу закономірностей споживчого ринку.

Питання для дискусії:

1. Що є джерелами інформації для аналізу кон'юнктури споживчого ринку?
2. Місткість споживчого ринку.
3. Сегментація ринку.
4. За якими показниками можна групувати споживачів?

Література:

1. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соколов, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соколова, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.

2. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

3. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Практичне заняття 6. «Основи методики прогнозування кон'юнктури»

Перелік основних завдань:

1. Визначення етапів прогнозування економічної кон'юнктури.
2. Визначення особливостей прогнозування кон'юнктури окремих видів ринків.
3. Дослідження джерел інформаційного забезпечення прогнозування ринкової кон'юнктури.
4. Проведення класифікації методів аналізу й прогнозування економічної кон'юнктури.

Питання для дискусії:

1. Яка основна задача прогнозування економічної кон'юнктури?
2. Оцінювання точності прогнозу.
3. Формування інформаційної бази прогнозування ринкової кон'юнктури.
4. Які основні задачі вирішує кон'юнктурний аналіз?

Література:

1. Єріна А. М.. Статистика : підручник / А. М. Єріна, З. О. Пальян. – К : КНЕУ, 2010. – 351 с.

2. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування : підручник / А. М. Єріна, Д. Л. Єрін. – К. : КНЕУ, 2014. – 348 с.

3. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соболев, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соболева, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.

4. Черненко Д. І. Статистичне прогнозування кон'юнктури ринку лабораторних медичних послуг в Україні / Д. І. Черненко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 4. – С. 263–268.

5. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

6. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Практичне заняття 7. «Практика оцінки й прогнозування економічної кон'юнктури в Україні»

Перелік основних завдань:

1. Проаналізувати тенденції обраного ринку. Зробити прогнозні оцінки його кон'юнктури.

Питання для дискусії:

1. Аналіз тенденцій розвитку аграрного ринку. Прогнозні оцінки кон'юнктури аграрного ринку

2. Аналіз тенденцій розвитку ринку лабораторних медичних послуг. Прогнозні оцінки кон'юнктури ринку лабораторних медичних послуг.

3. Конкурентний аналіз і аналіз ринкового ризику.

Література:

7. Єріна А. М.. Статистика : підручник / А. М. Єріна, З. О. Пальян. – К : КНЕУ, 2010. – 351 с.

8. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування : підручник / А. М. Єріна, Д. Л. Єрін. – К. : КНЕУ, 2014. – 348 с.

9. Міжнародна статистика : навчальний посібник / О. С. Корепанов, В. М. Соболев, Т. Г. Чала та ін. ; за ред. В. М. Соболева, Т. Г. Чалої. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 442 с.

10. Черненко Д. І. Статистичне прогнозування кон'юнктури ринку лабораторних медичних послуг в Україні / Д. І. Черненко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 4. – С. 263–268.

11. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

12. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Тестові завдання поточного контролю знань і вмінь студентів з навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку»

1. Кон'юнктура ринку – це

- а) це конкретна економічна ситуація, що склалася на ринку на даний момент або за обмежений відрізок часу під впливом комплексу сил і чинників;
- б) сукупність умов, що визначають ринкову ситуацію;
- в) розділ статистики ринку.

2. Головною метою статистичного вивчення кон'юнктури ринку є:

- а) виявлення закономірностей формування кон'юнктури, змін та характеру функціонування ринкового механізму;
- б) визначання напрямку кон'юнктури ринку;
- в) визначення об'єкта кон'юнктурного аналізу та його характеристик.

3. Суб'єктами вивчення ринкової кон'юнктури можуть бути:

- а) комерційні ринкові структури (їх маркетингові підрозділи);
- б) державні органи (в тому числі статистичні);
- в) громадські організації, наукові установи;
- г) політичні організації.

4. Що розуміють під станом рівноваги економіки?

- а) можливість економічної системи постійно залишатися незмінною;
- б) локальне (часткове) рівновагу, що призводить до появи нових стаціонарних станів;
- в) можливість економічної системи повертатися у вихідний стан після впливу на неї зовнішніх, випадкових або нових, не характерних для системи, збурень.

5. Що являє собою економічний еволюційний процес?

- а) процес, який через відсутність різких сторонніх впливів має постійний напрямок і певну тенденцію до зростання або зниження показників;
- б) процес, який за рахунок сторонніх впливів має постійний напрямок і певну тенденцію до зростання або зниження показників;
- в) процеси, при яких однакові значення показників можуть бути досягнуті в різні періоди часу з однаковими або подібними супутніми збігом обставин.

6. Що являє собою економічний хвилеподібний процес?

- а) процес, який через відсутність різких сторонніх впливів має постійний напрямок і певну тенденцію до зростання або зниження показників;
- б) процес, який за рахунок сторонніх впливів має постійний напрямок і певну тенденцію до зростання або зниження показників;
- в) процеси, при яких однакові значення показників можуть бути досягнуті в різні періоди часу з однаковими або подібними супутніми збігом обставин.

7. Хвилеподібні циклічні коливання економічної активності тривалістю 40–60 років, це цикли:

- а) Цикли Дж. Китчина;
- б) Цикли К. Жюглара;
- в) Цикли С. Кузнеця;
- г) Цикли М. Кондратьєва

8. За кон'юнктурним спостереженнями ринки класифікуються наступним чином:

- а) за ступенем організації ринкової інфраструктури;
- б) за функціональним призначенням товару;
- в) за типом конкуренції;
- г) за територіальною ознакою;
- д) за обсягом продажу товарів, масштабом і рівнем конкуренції.

9. Методика дослідження кон'юнктури – це:

- а) аналіз ринкової ситуації;
- б) побудова прогнозів розвитку ринку;
- в) сукупність прийомів дослідження;
- г) все з вищезгаданого.

10. Які показники відображають масштаб і типологію ринку?

- а) показники ділової активності та потенціал ринку;
- б) чисельність продавців і типологія ринків;
- в) показники товарообігу;
- г) а, б.

11. Місткість ринку – це

- а) кількість товару, який ринок здатний придбати за певний термін і за даних умов;
- б) кількість товару, який ринок здатний продати за певний термін і за даних умов;
- в) кількість підприємств на даному ринку.

12. Індекс Херфіндаля–Хіршмана визначається за формулою:

а) $HNI = \sum_i^n d_i$;

б) $HNI = \sum_i^n d_i^2$;

в) $HNI = d_1 + \dots + d_i$;

де HNI – індекс Херфіндаля–Хіршмана (Herfindal–Hirshman Index);

d_i – частка виробництва (продажів) i -го частка оператора в загальному обсязі випуску (збуту) на ринку, %;

$i = \overline{1, n}$ – кількість всіх операторів на ринку.

13. Значення індексу Херфіндаля–Хіршмана в межах $HNI \in (2000; 7000]$ характерно такого типу ринку:

- а) досконала конкуренція;
- б) монополістична конкуренція;
- в) олігополія;
- г) абсолютна монополія.

14. Що характеризує проста спеціальна кон'юнктура?

- а) стан елементів певної галузі або регіону;
- б) зміни елементів певної галузі або регіону в конкретний період порівняно з попереднім періодом;
- в) просту кон'юнктуру окремої галузі, яка оцінена в порівнянні з простою кон'юнктурою іншій галузі.

15. Виділяють наступні стадії статистичного вивчення кон'юнктури ринку:

- а) дослідження основних рис і особливостей ринку;
- б) розробка методики вивчення кон'юнктури ринку;
- в) збір і накопичення кон'юнктурної інформації;
- г) комп'ютерна обробка статистичної інформації;
- д) статистичний аналіз кон'юнктури ринку;
- ж) прогноз кон'юнктури ринку.

16. Послідовність дій і сукупність конкретних прийомів дослідження, які забезпечують аналіз ситуації, що склалася на ринку і виявлення найближчих перспектив його розвитку – це визначення:

- а) методика дослідження кон'юнктури;
- б) статистичного вивчення кон'юнктури;
- в) методологія дослідження кон'юнктури.

17. Значення трехдольного стандартного показника концентрації в межах $CR_3 \in (45; 70]$ характерно такого типу ринку:

- а) досконала конкуренція;
- б) монополістична конкуренція;
- в) олігополія;
- г) абсолютна монополія.

18. Чим вище рівень концентрації, тим:

- а) менш конкурентним є ринок;
- б) більш конкурентним є ринок;
- в) конкуренція на ринку не залежить від рівня концентрації.

19. Які основні економічні та соціальні категорії ринку закладені в основі системи показників?

а) товарна пропозиція, купівельний попит, прибуток від реалізації, товарний запас

б) ціна, товарообіг, витрати обігу, основні і оборотні кошти торгівлі

в) ціна, товарообіг, продуктивність праці

г) а, б

д) а, в

20. Які існують параметри, що характеризують конкурентоспроможність?

а) технічні;

б) соціальні;

в) економічні;

г) організаційні.

21. Стандартний показник концентрації визначається за формулою:

а) $CR_l = d_i^2$

б) $CR_l = \sum_{i=1}^l d_i$

в) $CR_l = d_i^2 + \dots + d_i^2$

де CR_l – стандартний показник концентрації, %;

d_i – частка виробництва (продажів) i -го оператора в загальному обсязі випуску (збуту) на ринку, %;

$i = \overline{1, l}$ – кількість найбільших операторів на ринку.

22. Розрахунок ємності ринку на основі стратифікованих даних про фактичне споживання товарів за допомогою загальної методики має вигляд:

а) $CM = \sum_{i=1}^n (N_i * Q_i^U)$

б) $CM = N_i * Q_i^U$

в) $CM = N * Q^U$

де CM – місткість ринку товару в встановлених часових межах;

N – кількість роздрібних або організаційних покупців (споживачів, продавців) товару в встановлених часових межах;

Q – обсяг споживання (придбання, продаж) товару за певний часовий період;

... U – вказівка на те, що показник є питоною (unit), тобто характеризує величину в розрахунку на одиницю сукупності;
 ... i – вказівка на те, що показник характеризує певний вид (страту, групу) споживачів (покупців, продавців) товару;
 $i = 1, 2, \dots, n$ – кількість видів (страт, груп) роздрібних або організаційних споживачів (покупців, продавців) товару.

23. Розрахунок ємності ринку на основі підсумкових даних про фактичне споживання товарів за допомогою загальної методики в класичній постановці має вигляд:

$$a) CM = \sum_{i=1}^n (N_i * Q_i^U)$$

$$б) CM = N_i * Q_i^U$$

$$в) CM = N * Q^U$$

де CM – місткість ринку товару в встановлених часових межах;

N – кількість роздрібних або організаційних покупців (споживачів, продавців) товару в встановлених часових межах;

Q – обсяг споживання (придбання, продаж) товару за певний часовий період;

... U – вказівка на те, що показник є питоною (unit), тобто характеризує величину в розрахунку на одиницю сукупності;
 ... i – вказівка на те, що показник характеризує певний вид (страту, групу) споживачів (покупців, продавців) товару;
 $i = 1, 2, \dots, n$ – кількість видів (страт, груп) роздрібних або організаційних споживачів (покупців, продавців) товару.

24. Що можна віднести до кон'юнктурних індикаторів:

- а) ціна товару;
- б) товарні запаси;
- в) збалансованість попиту і пропозиції.

25. Інформаційні потреби, що виникають при проведенні аналізу і прогнозування тенденцій розвитку ринку в Україні можна об'єднати в наступні три блоки:

- а) статистична інформація;
- б) статистична звітність;
- в) аналітична інформація;
- г) нормативні документи України.

26. Частина генеральної сукупності, результати обстеження якої поширюються на всю генеральну сукупність, називається:

- а) вибірковою сукупністю;
- б) вибірковою середньою;
- в) вибірковою часткою;
- г) стандартною похибкою вибірки.

27. Про кон'юнктурному дослідженні, необхідна чисельність вибірки визначається за формулою:

а) $n = \frac{t^2 \sigma^2}{\Delta_{\bar{x}}^2}$;

б) $n = \frac{t^2 \sigma^2 N}{\Delta_{\bar{x}}^2 N + t^2 \sigma^2}$;

в) $\mu_{\bar{x}} = \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n}}$;

г) $\mu_{\bar{x}} = \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$.

28. База даних ООН по статистиці торгівлі товарами має назву:

- а) TRADEMAP;
- б) COMTRADE;
- в) WTO.

29. Зосередження виробництва (збуту) в одному місці (в одного виробника, продавця, оператора), або переважання на ринку однієї або кількох компаній – це визначення:

- а) конкуренції;
- б) ринкової концентрації;
- в) монополізації.

30. Для визначення ринкової концентрації найчастіше використовуються такі показники, найбільш тісно пов'язані з рівнем конкуренції на ринку:

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR);
- г) індекс Доу-Джонса;
- д) індекс Лінда (L);
- ж) індекс Лернера (LT).

31. Який із показників концентрації визначається як сума ринкових часток найбільших виробників?

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR).

32. Який із показників концентрації визначається як сума квадратів часток всіх суб'єктів ринку?

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR).

33. Значення індексу Херфіндаля – Хіршмана в межах характерно такого типу ринку:

- а) досконала конкуренція;
- б) монополістична конкуренція;
- в) олігополія;
- г) абсолютна монополія.

34. З метою визначення ступеня нерівності між суб'єктами господарювання (продавцями товару), які лідирують на ринку, використовується:

- а) індекс Лінда;
- б) індекс Лернера;
- в) індекс Херфіндаля – Хіршмана.

35. Згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції» монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує:

- а) 35 %;
- б) 45 %;
- в) 50 %.

3. ПРИКЛАДИ ЗАВДАНЬ СЕМЕСТРОВИХ ЕКЗАМЕНІВ (ПИСЬМОВИХ ЗАЛІКОВИХ РОБІТ)

ПРИКЛАД ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет: економічний
Спеціальність (напрямок): 051 «Економіка»
Освітня програма: «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика»,
«Економічна аналітика та статистика»
Семестр: 3
Форма навчання денна/заочна
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень): магістр
Навчальна дисципліна: «Аналіз кон'юнктури ринку»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1*

1. Поняття і сутність кон'юнктури ринку.
2. Особливості роботи з UN Comtrade Database.
- 3 Задача.

В табл. 1 наведені дані про виробництво ковбасних виробів у Харківській області в 2019–2023 рр.

Таблиця 1– Виробництво борошна в Харківській області в 2019–2023 рр.

Роки	2019	2020	2021	2022	2023
Обсяг виробництва, тис. т	17,4	18,0	18,7	15,2	14,3

Необхідно:

а) розрахувати відносні показники динаміки зі змінною й постійною базою порівняння, показати їх взаємозв'язок;

б) обчислити середньорічні темпи зростання й приросту обсягів виробництва борошна у Харківській області за 2019–2023 рр.

Завдання № 4 – Тести

1. Який із показників концентрації визначається як сума ринкових часток найбільших виробників?

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR).

2. Частина генеральної сукупності, результати обстеження якої поширюються на всю генеральну сукупність, називається:

- а) вибірковою сукупністю;
- б) вибірковою середньою;
- в) вибірковою часткою;
- г) стандартною похибкою вибірки.

3. Вперше «кон'юнктура», як термін, була визначена:

- а) Альбертом Шеффле;
- б) Фердинантом Лассалем;
- в) Вільгемом Репке..

4. Значення індексу Херфіндаля–Хіршмана в межах $HHI \in (2000; 7000]$ характерно такого типу ринку:

- а) досконала конкуренція;
- б) монополістична конкуренція;
- в) олігополія;
- г) абсолютна монополія.

5. Термін «ринок» коректно визначити як:

- а) місце купівлі-продажу товарів;
- б) сферу взаємовигідних економічних відносин між виробниками і споживачами товарів (послуг);
- в) сукупність покупців товарів або послуг;
- г) обмін товарів на гроші.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № _____ від _____ серпня 20 ____ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Оксана НЕСТЕРЕНКО
(прізвище та ініціали)

Тетяна ЧАЛА
(прізвище та ініціали)

* За завдання 1 і 2 – по 7 балів, за завдання 3 – 16 балів, за завдання 4 – 10 балів. Всього – **40 балів**.

Тести до залікового завдання

1. Розрахунок ємності ринку на основі підсумкових даних про фактичне споживання товарів за допомогою загальної методики в класичній постановці має вигляд:

$$\text{а) } CM = \sum_{i=1}^n (N_i * Q_i^U)$$

$$\text{б) } CM = N_i * Q_i^U$$

$$\text{в) } CM = N * Q^U$$

де CM – місткість ринку товару в встановлених часових межах;

N – кількість роздрібних або організаційних покупців (споживачів, продавців) товару в встановлених часових межах;

Q – обсяг споживання (придбання, продаж) товару за певний часовий період;

U – вказівка на те, що показник є питомою (unit), тобто характеризує величину в розрахунку на одиницю сукупності;

i – вказівка на те, що показник характеризує певний вид (страту, групу) споживачів (покупців, продавців) товару;

$i = 1, 2, \dots, n$ – кількість видів (страт, груп) роздрібних або організаційних споживачів (покупців, продавців) товару.

2. Що можна віднести до кон'юнктурних індикаторів:

а) ціна товару;

б) товарні запаси;

в) збалансованість попиту і пропозиції.

3. Інформаційні потреби, що виникають при проведенні аналізу і прогнозування тенденцій розвитку ринку в Україні можна об'єднати в наступні три блоки:

а) статистична інформація;

б) статистична звітність;

в) аналітична інформація;

г) нормативні документи України.

4. Частина генеральної сукупності, результати обстеження якої поширюються на всю генеральну сукупність, називається:

а) вибірковою сукупністю;

б) вибірковою середньою;

в) вибірковою часткою;

г) стандартною похибкою вибірки.

5. Про кон'юнктурному дослідженні, необхідна чисельність вибірки визначається за формулою:

$$\text{а) } n = \frac{t^2 \sigma^2}{\Delta_{\bar{x}}^2};$$

$$\text{б) } n = \frac{t^2 \sigma^2 N}{\Delta_{\bar{x}}^2 N + t^2 \sigma^2};$$

$$\text{в) } \mu_{\bar{x}} = \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n}};$$

$$\text{г) } \mu_{\bar{x}} = \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}.$$

6. База даних ООН по статистиці торгівлі товарами має назву:

- а) TRADEMAP;
- б) COMTRADE;
- в) WTO.

7. Зосередження виробництва (збуту) в одному місці (в одного виробника, продавця, оператора), або переважання на ринку однієї або кількох компаній – це визначення:

- а) конкуренції;
- б) ринкової концентрації;
- в) монополізації.

8. Для визначення ринкової концентрації найчастіше використовуються такі показники, найбільш тісно пов'язані з рівнем конкуренції на ринку:

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR);
- г) індекс Доу-Джонса;
- д) індекс Лінда (L);
- ж) індекс Лернера (LT).

9. Який із показників концентрації визначається як сума ринкових часток найбільших виробників?

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR).

10. Який із показників концентрації визначається як сума квадратів часток всіх суб'єктів ринку?

- а) коефіцієнт ринкової концентрації (CR);
- б) індекс ринкової концентрації Херфіндаля-Хіршмана (HHI);
- в) ступінь (рівень) монополізації ринку (MR).

Підсумковий контроль у першому семестрі – у формі екзамену.

Критерії оцінок на екзамені

Оцінювання знань студента проводиться за чотирирівневою шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно). За екзамен студент може отримати максимум 40 балів:

1. Для отримання оцінки “відмінно” (35–40 балів) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал чітко, коротко, зв’язно й обґрунтовано;
 - навести вірне рішення задачі та тестів.
2. Для одержання оцінки “добре” (25–34 бала) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал зв’язно й обґрунтовано;
 - навести вірне рішення задачі;
 - можливі помилки у відповідях на тести.
3. Для отримання оцінки “задовільно” (15–24 бала) студент повинен:
 - викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
 - можливі помилки при розв’язанні задачі та в тестах.
4. Оцінку “незадовільно” (1–14 балів) отримують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередніх пунктах.

Кожне завдання екзамену оцінюється окремо. Загальна оцінка дорівнює середній арифметичній із суми оцінок кожного завдання. Якщо одна з оцінок «незадовільно», то загальна оцінка не може бути вищою за «задовільно».

Шкала оцінювання екзаменаційної роботи:

- за кожен правильну відповідь на теоретичні питання завдань № 1 і 2 студент одержує по 7 балів;
- за правильно виконане завдання № 3 (розрахункова задача) – 16 балів;
- за правильно виконане завдання № 4 (тести) студент одержує 10 балів.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Економіко-статистичні методи дослідження кон’юнктури ринку» визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами підсумкового екзамену).

У відповідності до набраних студентом балів оцінка знання матеріалу проводиться за чотирирівневою системою згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90–100	відмінно
70–89	добре
50–69	задовільно
1–49	незадовільно

Підсумковий контроль у другому семестрі – у формі заліку.

Критерії оцінювання на заліку

Оцінювання знань студента проводиться за дворівневою шкалою: зараховано (відмінно, добре, задовільно) не зараховано (незадовільно). За залік студент може отримати максимум 40 балів:

1. Для отримання оцінки «відмінно» (35-40 балів) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язно й обґрунтовано;
 - навести вірне рішення задачі та тестів.
2. Для одержання оцінки «добре» (25-34 бала) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал зв'язно й обґрунтовано;
 - можливі помилки у відповідях на тести.
3. Для отримання оцінки «задовільно» (15-24 бала) студент повинен:
 - викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
 - можливі помилки при розв'язанні задачі та в тестах.
4. Оцінку «незадовільно» (1-14 балів) отримують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередніх пунктах.

Кожне завдання заліку оцінюється окремо.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами підсумкового завдання).

У відповідності до набраних студентом балів за розділами та за залік оцінка знання матеріалу проводиться за дворівневою шкалою згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для дворівневої шкали оцінювання
90-100	зараховано
80-89	
70-79	
60-69	
50-59	
1-49	не зараховано