

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

Економічний факультет
Кафедра статистики, обліку та аудиту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

_____ Володимир СОБОЛЄВ

Протокол № 10 від “22” червня 2020 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»,

«Економічна аналітика та статистика»

Розроблено:

д.е.н., доцент кафедри статистики, обліку та аудиту, доцент

Корепанов Олексій Сергійович

к.е.н., доцент кафедри статистики, обліку та аудиту

Черненко Дарина Ігорівна

2020 / 2021 навчальний рік

ЗМІСТ

1. Робоча програма навчальної дисципліни
2. Навчальний контент (розширений план лекцій, конспект лекцій)
3. Плани практичних (семінарських) занять, самостійної роботи (у т.ч. індивідуальні завдання)
4. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, післятестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни
 - 4.1. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти
 - 4.2. Контрольні роботи, передбачені навчальним планом
5. Завдання підсумкового контролю (семестрових екзаменів, письмових залікових робіт)
6. Критерії оцінювання знань студентів та розподіл балів

1. РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра статистики, обліку та аудиту

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
роботи

_____ Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ

“ _____ ” _____ 2020 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» _____

спеціалізація _____

вид дисципліни _____ за вибором _____

факультет _____ економічний _____

2020 / 2021 навчальний рік

2. НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИКА АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

Тема 1. Основи методики прогнозування кон'юнктури

1.1. Етапи прогнозування економічної кон'юнктури.

1.2. Особливості прогнозування кон'юнктури окремих видів ринків.

1.3. Класифікація методів аналізу й прогнозування економічної кон'юнктури.

Після вивчення теми студенти повинні досягти таких *результатів навчання: знання:*

- володіти понятійним апаратом, зокрема давати визначення поняття, «кон'юнктура ринку», «прогнозування»;
- розуміти завдання прогнозування кон'юнктури ринку;
- демонструвати розуміння основних методів прогнозування кон'юнктури;

вміння:

- використовувати поняття та визначення в ході прогнозування кон'юнктури ринку;
- визначати інформаційні потреби при проведенні прогнозування кон'юнктури;
- використовувати програмне забезпечення для проведення прогнозування кон'юнктури ринку.

1.1. Етапи прогнозування економічної кон'юнктури

Для прогнозування використовуються різноманітні статистичні методи, зокрема різноманітні моделі динаміки, а саме: трендові, авторегресії та ковзних середніх, сезонної декомпозиції, спектрального аналізу Фур'є, моделі багатофакторного прогнозування.

Прогноз тенденцій розвитку ринку – це об'єктивне імовірнісне судження про динаміку його найважливіших характеристик та їх альтернативні варіанти за умови певних припущень. Мета прогнозу полягає у визначенні найбільш вірогідних оцінок стану кон'юнктури ринку в майбутньому.

Основним завданням прогнозу є визначення тенденцій розвитку факторів, що впливають на ринок протягом певного майбутнього періоду часу.

Прогнозування тенденцій розвитку ринку підпорядковане імовірнісним законам, має випадковий характер. Тому, здійснюючи прогноз, раціонально дотримуватися певної послідовності:

1. Вибір горизонту прогнозування.
2. Визначення параметрів прогнозування.
3. Вибір методів прогнозування.
4. Проведення розрахунків прогнозних параметрів.
5. Інтерпретація прогнозу.

Вибір терміну прогнозу є одним з найбільш важливих етапів прогнозування. Горизонт прогнозування – це термін, на який ведеться прогноз. Горизонт прогнозування передбачає різні часові відрізки.

1.2. Особливості прогнозування кон'юнктури окремих видів ринків

Особливості прогнозування кон'юнктури окремих видів ринків розглянемо на прикладі дослідження тенденцій розвитку приватного сектору ринку лабораторних медичних послуг (ЛМП) в Україні з урахуванням сезонних коливань.

У якості прикладу, для детального розгляду переваг даного методу проведено моделювання сезонності динаміки реалізованого попиту на ЛМП приватного сектору в Україні на основі показників кількості таких лабораторних медичних тестів, як загальна клініка крові, імунохімія, біо/імунохімія, імунологія-ELISA, мікробіологія, ПЛР, ІМД Німеччина, генетичні аналізи та інші ЛМП. Дослідження періодичності коливань проведено на базі помісячних значень часових рядів досліджуваних показників за 2010–2014 рр.

Ефективність застосування даного методу для дослідження сезонності була проілюстрована на прикладі покрокового аналізу часового ряду кількості проведених тестів із загальної клініки крові за сукупністю відповідних підприємств приватного сектору в Україні, що містить у собі помісячні дані за 2010–2014 рр. Розрахунки були проведені з використанням комп'ютерної програми «Caterpillar».

1.3. Класифікація методів аналізу й прогнозування економічної кон'юнктури

Можна виділити декілька методів вивчення та прогнозування тенденцій розвитку ринку:

- розробка прогнозу тенденцій розвитку ринку на основі узагальнених поглядів керівників та на основі опитувань споживачів та розповсюджувачів;
- розробка прогнозів тенденцій розвитку ринку, використовуючи динамічний метод аналізу, тобто коли в основу прогнозу кладуться тенденції розвитку кон'юнктури в минулому;
- оцінка перспектив розвитку ринку на основі статистичних показників;
- розробка прогнозу тенденцій розвитку ринку з використанням економіко-математичних методів тощо.

Хоча існує чимало методів прогнозування, та найчастіше використовують методи та способи прогнозування тенденцій розвитку ринку, що наведені на рис. 1.1.

Методи екстраполяції базуються на гіпотезі збереження сформованих взаємозв'язків і їх розповсюдження на прогнозований період.

Методи експертних оцінок допускають різні імовірнісні результати розвитку системи і ґрунтуються на використанні знань і інтуїції фахівців (експертів), що займаються вивченням і прогнозуванням того чи іншого економічного явища.

Методи економічного моделювання передбачають створення моделей взаємодії різних факторів, що визначають кон'юнктуру на ринку. У прогнозуванні кон'юнктури дуже поширені математико-статистичні методи.

Для сталого та стабільного розвитку ринку виникає необхідність в розробці стратегій його розвитку, плануванні й прогнозуванні майбутніх тенденцій, характерних для ринку, тобто його розвиток має бути весь час під контролем.



Рисунок 1.1 – Класифікація найбільш вживаних методів та способів прогнозування тенденцій розвитку ринку

Узагальнені висновки

1. Прогноз тенденцій розвитку ринку – це об’єктивне імовірнісне судження про динаміку його найважливіших характеристик та їх альтернативні варіанти за умови певних припущень. Мета прогнозу полягає у визначенні найбільш вірогідних оцінок стану кон’юнктури ринку в майбутньому.

2. Основним завданням прогнозу є визначення тенденцій розвитку факторів, що впливають на ринок протягом певного майбутнього періоду часу.

3. Здійснюючи прогноз, раціонально дотримуватися певної послідовності:

I. Вибір горизонту прогнозування.

II. Визначення параметрів прогнозування.

III. Вибір методів прогнозування.

IV. Проведення розрахунків прогнозних параметрів.

V. Інтерпретація прогнозу.

4. Метод «Гусениця» (Singular Spectrum Analysis (SSA)) містить у собі окремі елементи класичного аналізу, методів нелінійної динаміки та обробки сигналів. Даний метод може бути застосований для дослідження широкого спектру нестационарних часових рядів з метою їхнього розкладання на адитивні складові, що можна інтерпретувати як тренд, періодичні (циклічні та сезонні) компоненти й випадкові коливання (шум). Його особливістю є те, що для проведення аналізу не потрібне попереднє завдання моделі ряду, встановлення параметричного виду тренду, а також наявності коливальних компонентів та їхніх періодів.

5. Базовий алгоритм методу «Гусениця» може бути розділений на чотири етапи:

Етап 1. Розгортка одномірного ряду в багатомірний.

Етап 2. Аналіз головних компонент: сингулярний розклад вибіркової матриці.

Етап 3. Вибір головних компонент.

Етап 4. Відновлення одномірного ряду.

6. Використання програмного забезпечення у кон'юнктурному аналізі можливе при таких умовах: створення інформаційної бази даних; статистична обробка кон'юнктурної інформації; графічна інтерпретація тенденцій у динаміці кон'юнктури; побудова моделей динамічних рядів кон'юнктурних показників; побудова кон'юнктурної хвилі та прогнозування розвитку тенденцій. Програма Microsoft Excel є універсальною для проведення кон'юнктурних досліджень. Крім того, для створення баз даних обробки кон'юнктурної інформації можна використати такі програмні продукти як програма StatSoft Statistica v6.0, Microsoft Access, Foxpro та інші.

Питання для самоконтролю:

1. Які існують методи та способи прогнозування тенденцій розвитку ринку?
2. В чому полягають особливості кожного із методів прогнозування тенденцій розвитку ринку?
3. В чому полягає особливість методу «Гусениця»?
4. Дайте коротку характеристику кожному із чотирьох етапів базового алгоритму методу «Гусениця».
5. В чому перевага методу «Гусениця» порівняно з іншими методами прогнозування?

Рекомендована література до Теми 1:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полтораки В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Тема 2. Практика оцінки й прогнозування економічної кон'юнктури в Україні

2.1. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів.

2.2. Конкурентний аналіз і аналіз ринкового ризику.

Після вивчення теми студенти повинні досягти таких *результатів навчання: знання:*

- володіти понятійним апаратом, зокрема давати визначення поняття «інформація», «первинна інформація», «вторинна інформація»;
- розуміти етапи прогнозування економічної кон'юнктури;

вміння:

- володіти основними методами прогнозування кон'юнктури;
- використовувати поняття та визначення в ході статистичного дослідження кон'юнктури ринку;
- використовувати програмного забезпечення при проведенні прогнозування кон'юнктури;
- визначати інформаційні потреби, що виникають при проведенні аналізу та прогнозуванні кон'юнктури;
- створювати інформаційну базу прогнозування кон'юнктури.

2.1. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів

Мета прогнозу як найважливішого етапу дослідження кон'юнктури полягає у визначенні найімовірніших оцінок стану кон'юнктури у майбутньому.

Основним завданням прогнозу є визначення тенденцій розвитку чинників, що впливатимуть на ринок протягом визначеного відрізка часу у майбутньому.

Економічне прогнозування ґрунтується на таких основних припущеннях:

- якщо система перебуває у стані рівноваги, то її поведінка підпорядковується внутрішнім законам розвитку;
- якщо система вийшла зі стану рівноваги, то прогнозування її поведінки залежить від стану зовнішніх чинників. Для економіки – це плин соціально-економічних процесів;
- економічні закони інертні за своєю сутністю.

На наступному кроці, необхідно визначитися з *параметрами прогнозування*, тобто встановити сегмент ринку, який буде оцінюватися та вибрати показники, які б адекватно відобразили стан кон'юнктури і на базі яких буде складатися прогноз.

Враховуючи обраний горизонт прогнозування та виходячи з відібраних параметрів, необхідно використати ті параметри прогнозування, які привели б до найкращих результатів у процесі проведення розрахунків прогнозних параметрів ринку.

На цьому етапі встановлюються оцінюваний сегмент ринку і показники кон'юнктури.

Для короткострокових і середньострокових прогнозів як основні показники оцінки кон'юнктури використовуються рівні і дані динаміки кон'юнктури ринку.

Саме тому основними методами короткострокового і середньострокового прогнозування є економіко-статистичні методи прогнозування.

По-друге, визначають параметри прогнозування, , та вибирають необхідні показники кон'юнктури.

3. Вибір методів та способів прогнозування.

4. Проведення розрахунків прогнозних параметрів.

5. Інтерпретація прогнозу.

Останнім, найвідповідальнішим та найскладнішим кроком є *інтерпретація прогнозу*. Це пов'язано з тим, що при побудові прогнозної моделі, по-перше, важко врахувати дію випадкових чинників, а, по-друге, передбачити всі кон'юктуроутворюючі чинники майже неможливо. Таким чином, вивчаючи перспективи розвитку певної галузі економіки потрібно, перш за все, скласти прогноз галузевої кон'юнктури ринку, далі – розробити довгостроковий прогноз розвитку галузі в результаті виявлення основних тенденцій та закономірностей, притаманних розвитку ринку та економіці взагалі.

2.2. Конкурентний аналіз і аналіз ринкового ризику

Як уже зазначалося, будь-який економічний процес є функціональною залежністю великої кількості чинників. У зв'язку з цим настання тієї або іншої події в економічному житті цілком передбачуване і залежить лише від з'ясованості взаємодій, що існують. Чим більше прогнозована система, тим більше чинників впливають на неї, тим вужчий горизонт обізнаності і більше помилок у прогнозуванні настання тієї або іншої події. Саме тому оцінка ринкової кон'юнктури має ймовірнісний характер.

Ступінь (можливість) настання передбачуваної події прийнято зв'язувати з поняттям ризику. Ризик на ринку визначається непевністю у досягненні результату як наслідку множини малопередбачуваних дій учасників ринку.

Ступінь ризику завжди пов'язаний з горизонтом з'ясування досліджуваного економічного процесу і діями, спрямованими на досягнення результату.

У підприємця завжди є вибір: не ризикувати і чекати, поки події відбудуться, або ризикнути і випередити конкурентів. У першому випадку прибуток може бути мінімальним або його не буде взагалі, у другому – прибуток може бути максимальним.

Важливо лише визначити ступінь допустимості ризику, за межею якої ризик перетворюється на нерозважливість. Ступінь ризику визначається рівнем ризику. Рівень ризику – ймовірна, слабовимірювана величина, що визначає можливість настання тієї або іншої події за певної послідовності дій.

Приклад. В АКБ «Промінвестбанк» рівень процентних ставок на поточних депозитах становить 3% річних. Цей банк дуже великий, і можливість його банкрутства незначна.

В АКБ «Контакт» рівень процентних ставок на аналогічних внесках становить 6% річних, банк невеликий і характеризується високим ступенем ризику позикових операцій.

Ціни на акції АТ «Інвестнафтопродукти» постійно підвищуються, у середньому на 1,5% щомісяця. Підприємець має вільні засоби – 25 000 ум. гр. од.,

і перед ним постає завдання оцінити рівень ризику від короткострокового (до 1 року) прибуткового вкладення цих засобів в АКБ «Промінвестбанк» або в АКБ «Контакт».

У першому випадку прибуток за рік становитиме всього 7750 ум. гр. од (25 000 • 0,03), при цьому ризик дуже незначний.

У другому випадку можливий прибуток у два рази більший, ніж у першому – 1500 ум. гр. од. (25 000 • 0,06), проте якщо ризик щодо одержання відсотків на внесок підвищується згодом, то ризик повернення самого внеску достатньо високий через непевність становища банку.

У третьому випадку, якщо тенденція до зростання курсової ціни акції збережеться протягом року, то інвестор тільки за рахунок збільшення ціни одержить прибуток, що у три рази перевищуватиме прибуток за першим варіантом. Проте у випадку несприятливої кон'юнктури він може не тільки не одержати прибутку, а й не продати самі акції.

Отже, кожний із наведених випадків має відповідний рівень інвестиційного ризику, і підприємець має деякий вибір. Така ситуація найбільш характерна для комерційних ризиків на конкурентних ринках. Для монополізованих ринків можливі ситуації з обмеженою кількістю варіантів або альтернативним вибором.

Економічна діяльність дуже різноманітна, і кожен варіант її здійснення має свій ризик реалізації.

В економічній літературі описуються різноманітні варіанти класифікації ризиків. Зупинимося на найважливіших із них з погляду кон'юнктурних досліджень.

За рівнем підприємницькі ризики прийнято поділяти на припустимі, неминучі, надмірні та неприпустимі. При цьому можливість результату може значно варіювати. Рівень ризику тісно пов'язаний із розмірами втрат при невдалому ході події. Чим менші втрати, тим більше можна ризикувати, і навпаки. Зрештою, рівень втрат визначає можливість або неприпустимість певного ризику.

Залежно від вибору варіантів підприємницькі ризики можна розділити на різноманітні, альтернативні і пов'язані з єдиним варіантом. В останньому випадку підприємець діє за принципом: «пан або пропав». Альтернативний варіант припускає одержання прибутку у випадку ризику або відмову від проведення операції. Найчастіше у господарській практиці зустрічаються ризики, що припускають будь-які засоби реалізації угоди з різноманітним рівнем втрат і прибутків.

Для кожного суб'єкта ринку існує власний підприємницький ризик: для продавця, покупця, інвестора, емітента, посередника фондового ринку та ін.

Підприємницькі ризики можна класифікувати також за рівнем втрат: ризик повної або часткової втрати від здійснення угоди; ризик збанкрутувати; інфляційний ризик; фінансовий ризик тощо.

Оскільки в економічному житті усе взаємопов'язане, то й ризики можуть створювати єдиний ланцюжок: невдача в одній справі може розкрутити спіраль провалів і викликати лавину небезпек.

Водночас, оскільки у більшості випадків підприємницькі ризики різноманітні, то є й засоби запобігання їм або зниження наслідків. Загальна назва цих методів – страхування ризиків.

До найзагальніших варто віднести такі види страхування:

- диверсифікацію ризиків;
- страхування подій і їх результатів;
- лімітування;
- постійне дослідження ринкової кон'юнктури, накопичення інформації про стан ринку;
- об'єктивне оцінювання власних можливостей;
- оптимізацію планованої корисності.

Диверсифікація ризиків припускає рівнобіжне проведення різноманітних варіантів підприємницької діяльності з різним рівнем ризиків (це й одночасний розвиток різноманітних виробництв для підтримки необхідного рівня прибутковості, і розподіл портфеля інвестицій серед різноманітних цінних паперів, і розмаїтість торгового обороту тощо).

Страхування може здійснюватися за допомогою спеціалізованих посередників (страхові компанії, різноманітні фонди), на основі власних засобів (створення резервних і страхових фондів), проведення зустрічних страхових угод (хеджування у біржовій справі).

Лімітування – це встановлення страхових обмежень (лімітів) на ризиковані операції.

Постійне накопичення інформації про ринок сприяє розширенню горизонту пізнання, уточнює прогноз ситуації і знижує ступінь ризику.

Часто на практиці відбувається переоцінка власних можливостей, що спричиняє до неадекватних ризикованих операцій. Перед тим, як використовувати той чи інший засіб реалізації поставленої цілі, варто проаналізувати внутрішні можливості і необхідність залучення резервів та зовнішньої допомоги. Для оптимізації різноманітних ризиків розраховуються варіанти з максимальною планованою корисністю і різноманітним рівнем ризику. З цього набору вибираються альтернативні варіанти для прийняття рішень.

Урахування ризику є невід'ємною частиною кон'юнктурних досліджень.

Для того щоб оцінити рівень ризику, його необхідно виміряти. Аби кількісно визначити ризик, необхідно знати всі можливі наслідки від проведення окремих дій і дати їм кількісну чи порівняльну інтерпретацію. Для кількісного оцінювання рівня ризику використовують ряд показників, таких як можливий результат, очікуване значення рівня ризику і відхилення від очікуваного значення. Вірогідність ризику (P) є важкою для кількісного оцінювання величиною. Об'єктивний метод визначення можливості ризику заснований на розрахунку частоти настання події.

Узагальнені висновки

1. Мета прогнозу як найважливішого етапу дослідження кон'юнктури полягає у визначенні найімовірніших оцінок стану кон'юнктури у майбутньому.

2. Основним завданням прогнозу є визначення тенденцій розвитку чинників, що впливатимуть на ринок протягом визначеного відрізка часу у майбутньому.

3. За рівнем підприємницькі ризики прийнято поділяти на припустимі, неминучі, надмірні та неприпустимі. При цьому можливість результату може значно варіювати. Рівень ризику тісно пов'язаний із розмірами втрат при невдалому ході події. Чим менші втрати, тим більше можна ризикувати, і навпаки. Зрештою, рівень втрат визначає можливість або неприпустимість певного ризику.

Для кожного суб'єкта ринку існує власний підприємницький ризик: для продавця, покупця, інвестора, емітента, посередника фондового ринку та ін.

Підприємницькі ризики можна класифікувати також за рівнем втрат: ризик повної або часткової втрати від здійснення угоди; ризик збанкрутувати; інфляційний ризик; фінансовий ризик тощо.

Питання для самоконтролю:

1. Що є основним завданням кон'юнктурного прогнозу?
2. У якій послідовності здійснюється прогноз кон'юнктури ринку?
3. Як розрізняються прогнози ринкової кон'юнктури за термінами передбачення?
4. Від чого залежить точність прогнозу?
5. Що розуміють під екстраполяцією?
6. У чому полягає комерційний ризик?

Рекомендована література до Теми 2:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАТИСТИЧНИХ БАЗ ДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ В СВІТОВОМУ МАСШТАБІ

Тема 3. База даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database)

3.1. UN Comtrade Database як один з найбільш повних і достовірних джерел світової торговельної статистики.

3.2. Особливості роботи з UN Comtrade Database.

3.3. Візуальний аналіз міжнародної торгівлі за допомогою опції «Visualize data».

Після вивчення теми студенти повинні досягти таких *результатів навчання: знання:*

- розуміти принципи роботи з UN Comtrade Database;
- ідентифікувати інформаційні джерела дослідження зовнішньої торгівлі;

вміння:

- формувати необхідні масиви статистичної інформації із використанням бази даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database);
- оцінювати та аналізувати структуру зовнішньої торгівлі за країнами та регіонами.

3.1. UN Comtrade Database як один з найбільш повних і достовірних джерел світової торговельної статистики.

Одним з найбільш повних і достовірних джерел світової торговельної статистики є база даних **UN Comtrade Database**, яка дозволяє детально вивчити зовнішню торгівлю будь-якої окремо взятої країни по кожній групі товарів. Дані, зібрані Відділом Статистики ООН, охоплюють інформацію більш, ніж 98 % відсотків обсягу світової торгівлі.

UN Comtrade Database містить річні дані про вартість і фізичні обсяги експорту та імпорту близько 200 країн та регіонів з 1962 р. і щомісячну статистику торгівлі з 2010 р. з розбивкою по країнам-торговим партнерам і видам товарів. З базою даних **UN Comtrade Database** можна ознайомитись на сайті Статистичного відділу ООН за адресою: <http://comtrade.un.org> [11].

Приклад 1. Мета дослідження: проаналізувати вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару «Олія соняшникова».

Із використанням **UN Comtrade Database** знайдемо річні дані про вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару «Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу» («Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions whether or not refined, but not chemically modified»). Код товару за Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012 –1512.

Послідовність кроків:

I. На головній сторінці UN Comtrade Database обрати опцію «Get trade data» (рис. 1).

II. Обрати параметри пошуку (рис. 2):

1. Type of product & Frequency (тип продукту & періодичність даних):

– необхідний тип продукту: товари (**Goods**);

– періодичність даних: річні (**Annual**);

2. Classification (класифікація) [10]:

– використовувана класифікація: **HS 12**;

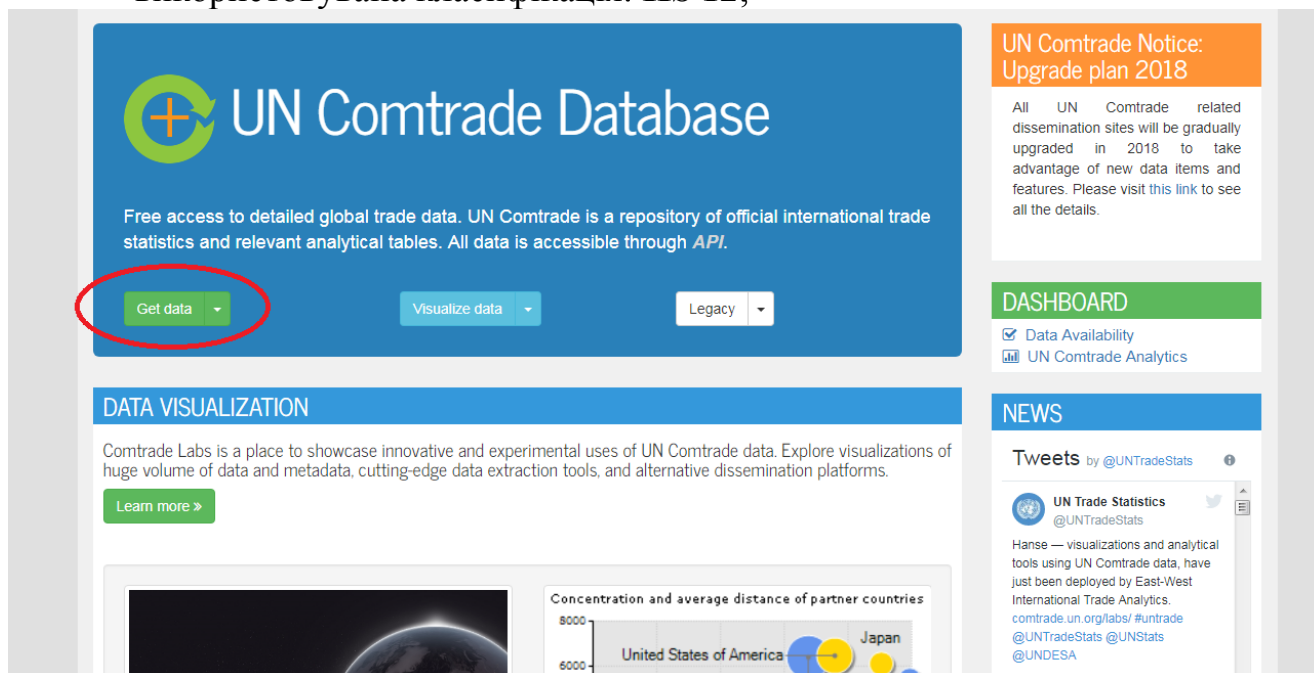


Рисунок 1 – Вибір опції «Get trade data»

3. Select desired data (Оберіть потрібні дані):

UNITED NATIONS > DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS > STATISTICS DIVISION > TRADE STATISTICS

UN Comtrade Database Extract data Data Availability Metadata Reference Knowledge base API portal

1. Type of product & Frequency

Type of product
 Goods Services

Frequency
 Annual Monthly

2. Classification

HS
 As reported 92 96 02 07 12 17

SITC
 As reported * Rev. 1 Rev. 2 Rev. 3 Rev. 4

BEC
 BEC

3. Select desired data

Periods (year)
x 2017 x 2016
All or a valid period. Up to 5 may be selected.

Reporters
x Ukraine
All or a valid reporter. Up to 5 may be selected. All may only be used if a partner is selected.

Partners
x World
World, All, or a valid reporter. Up to 5 may be selected. All may only be used if a reporter is selected.

Trade flows
x Export
All or select multiple trade flows.

HS2012 commodity codes
x 1512 - Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions; whether or not refined, but not chemically modified
All, Total, Ag[X] or a valid code. Up to 20 may be selected. If you know the code number, e.g. 01 - Live animals, type 01. To search by description type a word, e.g. rice.

4. See the results

Preview » Download CSV »

Рисунок 2 – Сторінка вибору параметрів пошуку для запиту даних про вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару (код за HS 2012 – 1512)

- період: **2017 та 2016**;
- країну: **Ukraine**;
- партнери: **World**;
- торговий потік: **Export**
- код товару: **1512 – Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions whether or not refined, but not chemically modified**;

Обравши необхідні параметри у відповідних віконцях та натиснувши кнопку **Preview** (рис. 2), отримуємо результати запиту (рис. 3, табл. 1).

4. See the results (Перегляньте результати).

UN Comtrade Database Extract data Data Availability Metadata Reference Knowledge base API portal

All or a valid period. Up to 5 may be selected. All or a valid reporter. Up to 5 may be selected. All may only be used if a partner is selected. World, All, or a valid reporter. Up to 5 may be selected. All may only be used if a reporter is selected. All or select multiple trade flows.

HS2012 commodity codes

x 1512 - Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions; whether or not refined, but not chemically modified

All, Total, AG[X] or a valid code. Up to 20 may be selected. If you know the code number, e.g. 01 - Live animals, type 01. To search by description type a word, e.g. rice.

4. See the results

Preview > Download CSV

Issues opening CSV in Excel? See this Microsoft how-to.

March 2016 Trade in Services data available in the web interface and via the API
 November 2015 Fast streaming of data files through API. Bulk data extraction is now available through Bulk API. In addition, batch and very large query support is still currently available via the legacy interface for annual data.

5. Preview (2 records)

Period	Trade Flow	Reporter	Partner	Commodity Code	Trade Value (US\$)	Netweight (kg)	Qty Unit	Qty	Flag
2016	Export	Ukraine	World	1512	\$3,704,932,410	4,842,065,107	Weight in kilograms	4,842,065,107	0
2017	Export	Ukraine	World	1512	\$4,309,045,944	5,766,108,492	Weight in kilograms	5,766,108,492	0

Showing 1 to 2 of 2 entries

First Previous 1 Next Last

Рисунок 3 – Результати запиту про вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару «Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу»

Таблиця 1– Вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару (код за Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012 – 1512)

Pe-riod	Trade Flow	Reporter	Partner	Commodity Code	Trade Value (US\$)	Netweight (kg)	Qty Unit	Qty
2016	Export	Ukraine	World	1512	3,704,932,410	4,842,065,107	Weight in kilograms	4,842,065,107
2017	Export	Ukraine	World	1512	4,309,045,944	5,766,108,492	Weight in kilograms	5,766,108,492

3.2. Особливості роботи з UN Comtrade Database.

Окрім цифрових даних, за допомогою опції «Visualize data» UN Comtrade Database надає можливість візуального аналізу міжнародної торгівлі,

представленої в рисунках та таблицях за допомогою такого переліку ресурсів: ABRAMS world trade wiki, Hanse, Trade Data Analytics and Visualization, The Atlas of Economic Complexity 2.3, Ghemawat.com (Provided by Pankaj Ghemawat), resourcetrade.earth, A world of oil, UN Comtrade Analytics, ITC Trade Map, Asia Pacific Energy Portal, The Globe of Economic Complexity, International Trade in Goods based on UN Comtrade data, GFCC Competitiveness Decoder, WITS Trade Data Visualizations, SAS Visual Analytics for UN Comtrade, Partner Concentration of Trade, 2013, Resources Futures, Global Economic Dynamics, The Observatory of Economic Complexity, TrendEconomy Analytics Portal.

3.3. Візуальний аналіз міжнародної торгівлі за допомогою опції «Visualize data».

Задля візуального аналізу та порівняння міжнародної торгівельної діяльності України використано ресурс International Trade in Goods based on UN Comtrade data (рис. 4).

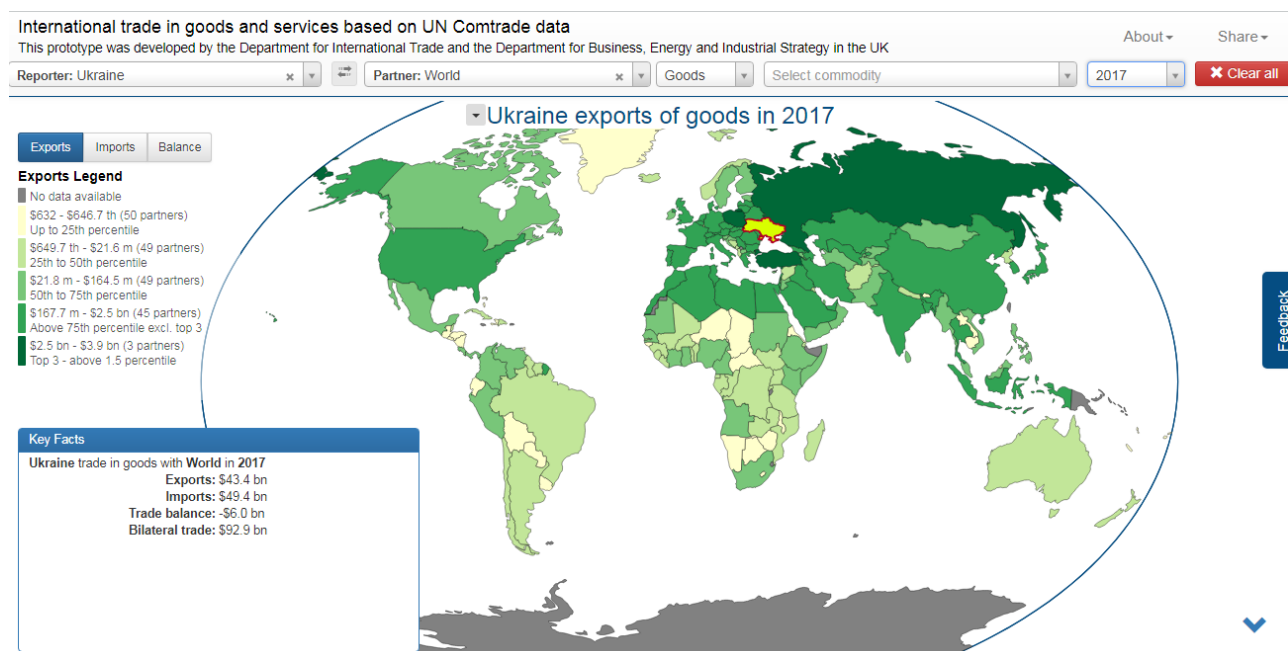


Рисунок 4 – Ключові факти щодо міжнародної торгівлі товарами України в 2017 р.
Джерело: база даних UN Comtrade Database [11]

Узагальнені висновки

1. Одним з найбільш повних і достовірних джерел світової торговельної статистики є база даних UN Comtrade Database, яка дозволяє детально вивчити зовнішню торгівлю будь-якої окремо взятої країни за кожною групою товарів. Дані, зібрані Відділом Статистики ООН, охоплюють інформацію більш ніж 98 % обсягу світової торгівлі.

2. UN Comtrade Database містить річні дані про вартість і фізичні обсяги експорту та імпорту близько 200 країн та регіонів з 1962 р. і щомісячну статистику торгівлі з 2010 р. з розбивкою за країнами – торговими партнерами і видами товарів.

3. Представлені дані регулярно використовуються країнами – членами ООН,

різними установами системи ООН та іншими міжнародними організаціями з метою економічного аналізу і формування торгової політики, включаючи уточнення експортних можливостей країн.

4. Статистичні дані представлені в натуральному та вартісному вимірі (в поточних цінах в доларах США за середнім річним обмінним курсом).

З базою даних UN Comtrade Database можна ознайомитись на сайті Статистичного відділу ООН за адресою: <http://comtrade.un.org>.

Доступ до UN Comtrade Database на загальних підставах вільний для всіх користувачів.

5. Зовнішня торгівля – це торгівля товарами й послугами між країнами, що включає їхній вивіз (експорт) і ввіз (імпорт). У сукупності, зовнішня торгівля являє собою міжнародну торгівлю, засновану на міжнародному розподілі праці.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть основні інформаційні джерела світової торговельної статистики.
2. Назвіть переваги та недоліки UN Comtrade Database.

Рекомендована література до Темі 3:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полтораки В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.
9. 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: 01.08.2019).
10. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 01.08.2019).

Тема 4. База даних COT (WTO Statistics Database)

4.1. Особливості роботи з WTO Statistics Database.

4.2. Практика роботи з WTO Statistics Database.

4.3. Робота з торговими картами «Trade maps».

Після вивчення теми студенти повинні досягти таких *результатів навчання*:
знання:

- розуміти принципи роботи з WTO Statistics Database;
- ідентифікувати інформаційні джерела дослідження зовнішньої торгівлі;

вміння:

- формувати необхідні масиви статистичної інформації із використанням бази даних COT (WTO Statistics Database);
- оцінювати та аналізувати структуру зовнішньої торгівлі за країнами та регіонами.

4.1. Особливості роботи з WTO Statistics Database.

Портал даних COT містить статистичні показники, пов'язані із питаннями COT. Найвні часові ряди охоплюють статистику торгівлі товарами та торгівлю послугами, показники доступу до ринку (обмежені, застосовані та пільгові тарифи), нетарифну інформацію, а також інші показники.

Функції пошуку даних включають вибір, відображення та експорт даних, включаючи доступні метадані.

Карти та інші графічні зображення вибраних даних доступні тут.

Щоб отримати аналітичні звіти про офіційні дані про тарифи та імпорт членів COT, необхідно використати перехід до Тарифного аналізу в Інтернеті (обов'язковий вхід).

4.2. Практика роботи з WTO Statistics Database.

Із використанням WTO Statistics Database проаналізуємо торговельний профайл України. **Послідовність кроків**:

I. На головній сторінці WTO Statistics Database обрати опцію «**Trade Profiles**» (рис. 1).

The image shows a screenshot of the WTO Statistics Database website. At the top left is the WTO logo. On the right, there is a search bar and navigation links: 'THE WTO | WTO NEWS | TRADE TOPICS | RESOURCES | DOC'. Below the header, there is a breadcrumb trail: 'Home > Resources > SI'. The main content area is titled 'Statistics database' and contains a welcome message: 'Welcome to the WTO Statistics Database, which allows you to retrieve statistical information in the following presentations.' Below this, there is a list of options: 'The Trade Profiles provide predefined information leaflets on the trade situation of members, observers and other selected economies;', 'The Tariff Profiles provide information on the market access situation of members, observers and other selected economies;', 'The Aid for Trade Profiles provide information on trends of aid for trade, trade costs, trade performance and development for selected Aid for Trade recipients;', and 'The Time Series section allows an interactive data retrieval of international trade statistics.' At the bottom of the list, there are two buttons: 'Trade Profiles' and 'Tariff Profiles', both with a 'go' icon. The 'Trade Profiles' button is circled in red. Below these buttons, there is a section titled 'Aid for Trade Profiles (download complete set of profiles)' with two sub-options: 'Excel version, including time series (in compressed Zip format)' and 'PDF version (in compressed Zip format)', both with 'go' icons. On the left side of the page, there is a sidebar with a 'Statistics gateway' link, 'Contact Statistics', and 'Contact Tariffs'. At the bottom left, there is a copyright notice: 'Copyright: Permission to make digital or hard copies of any information contained in these Web pages is granted for personal or classroom use, without fee'.

Рисунок 1 – Вибір опції «Trade Profiles»

Використовуючи дані WTO Statistics Database проаналізувати торгівельне становище України в 2017 р.

II. Обрати опцію «**Selection**» у лівому стовпці (рис. 2):

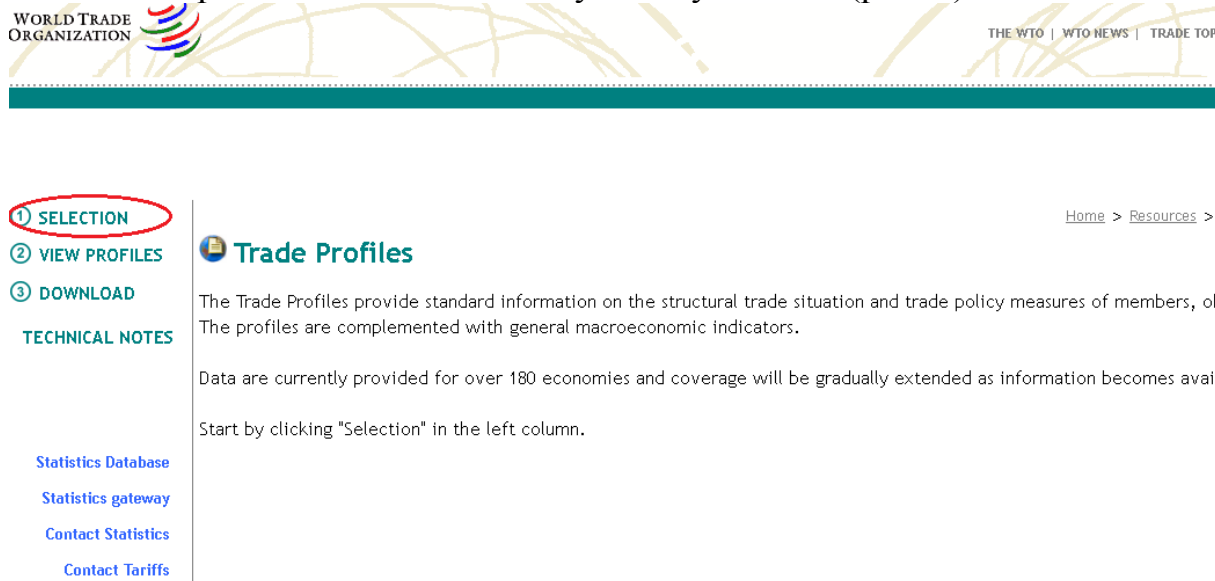


Рисунок 2 – Вибір опції «**Selection**»

III. Обрати параметри пошуку (рис. 3):

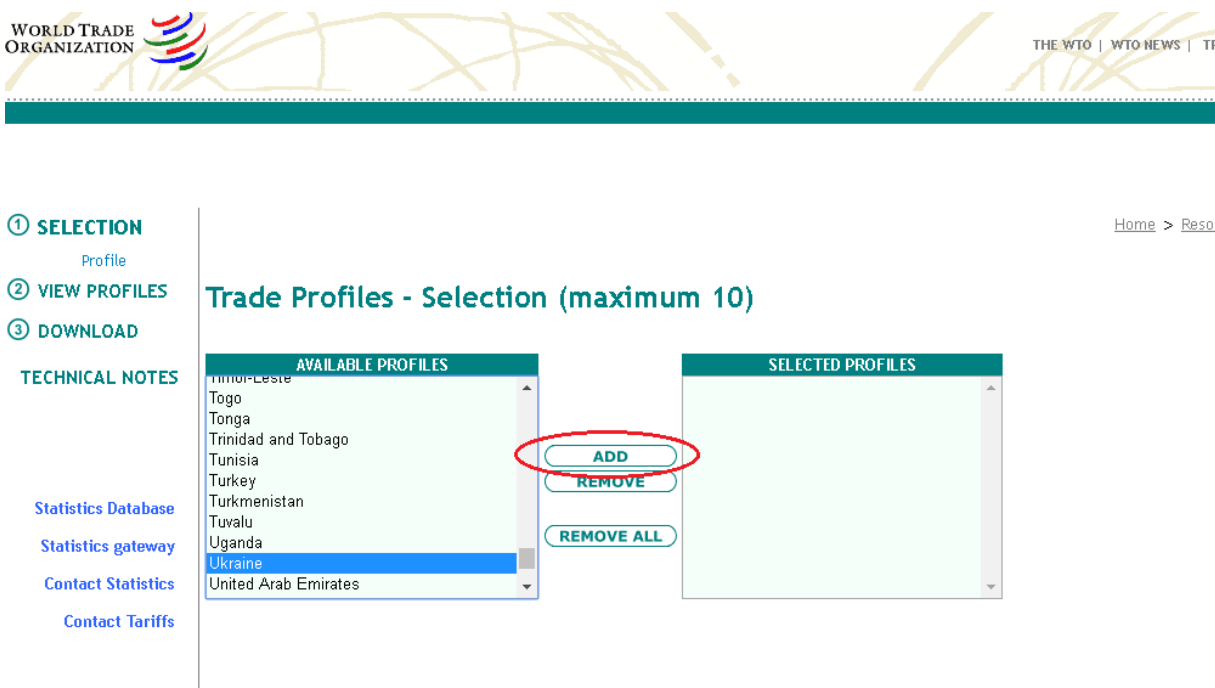


Рисунок 3 – Сторінка вибору параметрів пошуку для запиту даних про торгівельне становище України в 2017 р.

1. **Available profiles** (Доступні профілі) – вибір країни або групи країн.

2. Обравши необхідну країну, слід натиснути кнопку **Add** (Додати). За необхідності можна видалити обрану країну з пошуку натиснувши кнопку **Remove** (Видалити).

3. Обравши необхідні параметри у відповідних віконцях та натиснувши кнопку **Continue** (рис. 4), отримаємо результати запиту.

Trade Profiles - Selection (maximum 10)

AVAILABLE PROFILES		SELECTED PROFILES
Tunisia	ADD REMOVE REMOVE ALL	Ukraine
Turkey		
Turkmenistan		
Tuvalu		
Uganda		
United Arab Emirates		
United Kingdom		
United States of America		
Uruguay		
Uzbekistan		
Vanuatu		



Рисунок 4 – Продовження пошуку для запиту даних про торговельне становище України в 2017 р.

На рис. 5 представлено результати запиту про торговельне становище України в 2017 р.

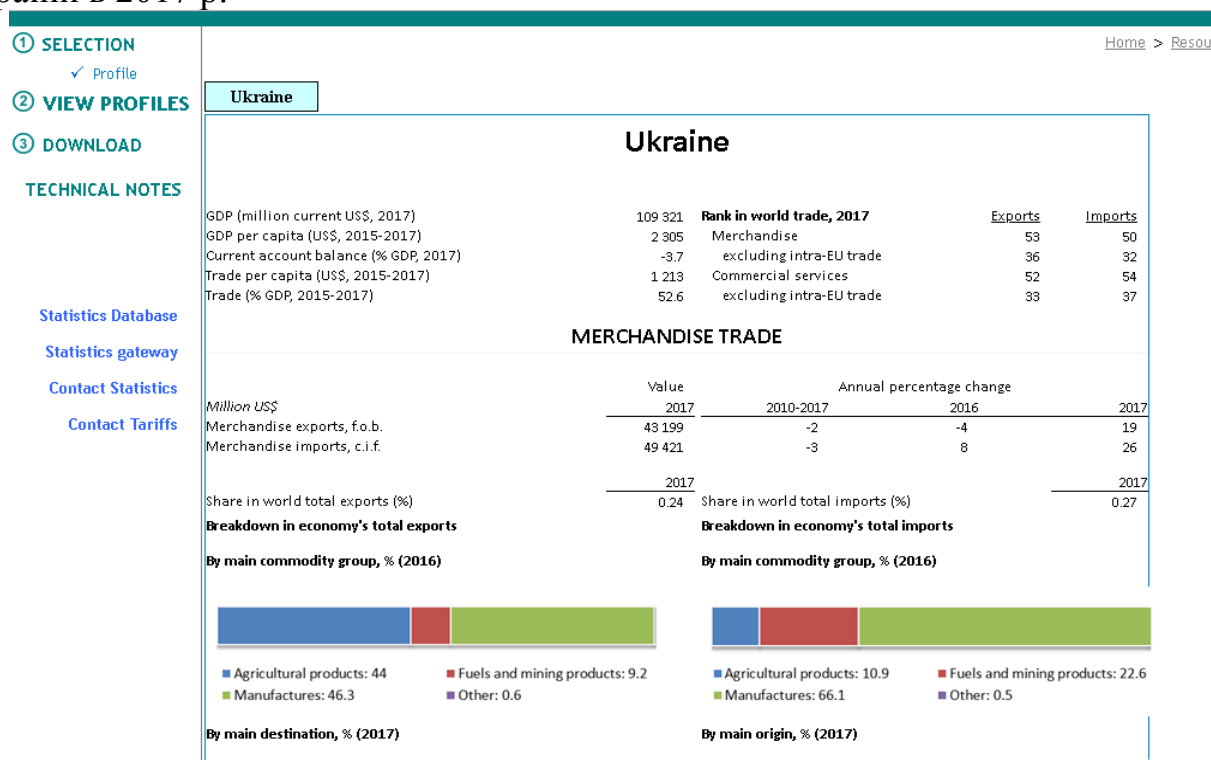


Рисунок 5 – Результати запиту про торговельне становище України в 2017 р.

4.3. Робота з торговими картами «Trade maps».

Торгова карта надає - у вигляді таблиць, графіків та карт - показники ефективності експорту, міжнародного попиту, альтернативних ринків та конкурентних ринків, а також довідник компаній-імпортерів та експортерів.

Торгова карта охоплює 220 країн та територій та 5300 продуктів Гармонізованої системи. Щомісячні, кварталні та річні торговельні потоки доступні від найбільш агрегованого рівня до рівня тарифної лінії.

Узагальнені висновки

1. СОТ надає кількісну інформацію стосовно питань економічної та торгової політики. Його бази даних та публікації забезпечують доступ до даних про торгові потоки, тарифи, нетарифні заходи та торгівлю доданою вартістю.

2. Дані про щорічну торгівлю товарами доступні в інтерактивному інструменті бази статистики СОТ. Дані включають експорт та імпорт, розбиті за товарною групою та окремими країнами / регіонами.

3. Дані, що містяться в WTO Statistics Database отримані від UN Comtrade, Міжнародного валютного фонду, Євростату, національних джерел тощо. За необхідності дані, що додається, доповнюються оцінками, підготовленими СОТ.

4. Щорічні дані оновлюються в квітні та жовтні кожного року. Це включає загальні значення та дані, розподілені за економікою та окремими регіональними та економічними групами.

5. Дані про щорічну торгівлю комерційними послугами доступні через базу даних статистики СОТ. Спільно з UNCTAD та ІТС, він включає в себе експорт та імпорт комерційних послуг, розбитих за секторами та країнами-партнерами, коли такі є. Дані надходять від МВФ, Євростату, ОЕСР та національних джерел. Наскільки це можливо, надані дані доповнюються оцінками, підготовленими СОТ, ЮНКТАД та ІТС. Окрім даних про країни, доступні декілька регіональних та економічних груп. Дані оновлюються щороку в травні.

Питання для самоконтролю:

1. В чому полягають переваги та недоліки роботи з базою даних СОТ (WTO Statistics Database)?

2. В чому полягає особливість роботи з торговими картами «Trade maps».

Рекомендована література до Теми 4:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.

2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соболев, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соболева. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.

3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.

4. Полтораки В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.

5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.

6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.

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

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

9. WTO Statistics Database // World Trade Organization (WTO). URL: <http://stat.wto.org/Home/WSDBHome.aspx?Language=E> (дата звернення: 01.03.2018).

10. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 01.03.2018).

**3. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ
(СЕМІНАРСЬКИХ) ЗАНЯТЬ,
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
(у т.ч. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ)**

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.

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Основи методики прогнозування кон'юнктури	4
2	Тема 2. Практика оцінки й прогнозування економічної кон'юнктури в Україні	6
3	Тема 3. База даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database)	4
4	Тема 4. База даних COT (WTO Statistics Database)	4
	Разом	18

План проведення практичних занять

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИКА АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

Практичне заняття 1-2. «Основи методики прогнозування кон'юнктури»

Перелік основних завдань:

1. Формування поняття про прогнозування кон'юнктури ринку.
2. Визначення особливостей використання методів прогнозування кон'юнктури.
3. Розуміння послідовності та особливостей прогнозування кон'юнктури.

Питання для дискусії:

1. Класифікація прогнозів в залежності від строку прогнозування.
2. Головна мета прогнозування ринкової кон'юнктури.
3. Горизонт прогнозування.

Література:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соболев, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соболева. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Практичне заняття 3-5. «Практика оцінки й прогнозування економічної кон'юнктури в Україні»

Перелік основних завдань:

1. Визначення особливостей прогнозування кон'юнктури ринку товарів та послуг.
2. Формування навичок оцінки й прогнозування кон'юнктури ринку.

Питання для дискусії:

1. Інформаційні потреби, що виникають при проведенні аналізу та прогнозуванні кон'юнктури.
2. Особливості використання програмного забезпечення при проведенні прогнозуванням кон'юнктури ринку.
3. Singular Spectrum Analysis (SSA – «Гусениця») як метод аналізу часових рядів.
4. Базовий алгоритм методу «Гусениця».

Література:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАТИСТИЧНИХ БАЗ ДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ В СВІТОВОМУ МАСШТАБІ

Практичне заняття 6-7. «База даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database)»

Перелік основних завдань:

1. Формування навичок роботи із базою даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database).
2. Формування необхідних масивів статистичної інформації із використанням бази даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database).

2. Формування навичок візуального аналізу міжнародної торгівлі за допомогою опції «Visualize data».

Питання для дискусії:

1. Переваги та недоліки бази даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database).

2. Основні інформаційні джерела світової торговельної статистики.

Література:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.

2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.

3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.

4. Полтораєк В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.

5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.

6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.

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

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

9. 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: 01.03.2018).

10. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 01.03.2018).

Практичне заняття 8-9. «База даних COT (WTO Statistics Database)»

Перелік основних завдань:

1. Формування навичок роботи із базою даних COT (WTO Statistics Database).

2. Формування навичок роботи з Робота з торговими картами «Trade maps».

Питання для дискусії:

1. Переваги та недоліки бази даних COT (WTO Statistics Database).

2. Статистичний огляд світової торгівлі (World Trade Statistical Review).

Література:

11. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
12. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соболев, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соболева. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
13. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
14. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
15. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
16. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
17. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
18. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.
19. 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: 01.03.2018).
20. WTO Statistics Database // World Trade Organization (WTO). URL: <http://stat.wto.org/Home/WSDBHome.aspx?Language=E> (дата звернення: 01.03.2018).

САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна робота студента включає: опрацювання навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань і науково-дослідної роботи.

Зміст самостійної роботи студента над кожною темою дисципліни визначається кількістю годин на підготовку до:

- 1 годину на підготовку до кожної аудиторної лекції;
- 1–2 години на підготовку до кожного практичного заняття;
- 8–10 годин на підготовку до екзамену (по 2–2,5 години на кожну тему);
(для заочної форми):
- 3 години на підготовку до кожної аудиторної лекції;
- 40 годин на підготовку до екзамену (по 10 години на кожну тему).

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи (назва теми)	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Основи методики прогнозування кон'юнктури	3	10
2	Тема 2. Практика оцінки й прогнозування економічної кон'юнктури в Україні	4	12
3	Тема 3. База даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database)	4	12
4	Тема 4. База даних COT (WTO Statistics Database)	3	12
	ІНДЗ	10	10
	Разом	24	56

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИКА АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

Тема 1. Основи методики прогнозування кон'юнктури

Мета: формування та закріплення знань щодо основ методики прогнозування кон'юнктури.

План

1. Сутність поняття «прогнозування кон'юнктури».
2. Класифікація методів прогнозування кон'юнктури та їх особливості.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Використання програмного забезпечення для прогнозування кон'юнктури.
2. Інформаційне забезпечення прогнозування ринкової кон'юнктури.

Завдання

Завдання 1. Є дані про виробництво цементу на одному з найбільших підприємств в Україні за місяцями в 2009–2017 рр. (табл. 1).

Таблиця 1 – Виробництво цементу на одному з найбільших підприємств в Україні за місяцями в 2009–2017 рр.

Місяці	Виробництво цементу на підприємстві А, тис. т								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Січень	789	492	242	221	180	115	200	187	112
Лютий	600	452	183	217	249	196	211	220	333
Березень	598	661	275	307	357	334	368	455	561
Квітень	871	674	431	461	442	518	473	568	753
Травень	1067	554	520	513	593	657	524	623	751
Червень	1126	717	535	562	608	607	477	610	725
Липень	1226	836	530	518	646	694	623	672	788
Серпень	1293	846	571	589	689	682	640	678	855
Вересень	1196	767	530	504	593	701	572	602	773
Жовтень	1189	694	416	516	548	677	505	577	705
Листопад	796	542	412	365	414	370	444	354	504
Грудень	672	387	372	320	270	276	275	239	489

Використовуючи дані табл. 1 екстраполуйте виробництво цементу на такі 12 місяців:

а) на основі:

- середнього абсолютного приросту;
- середнього темпу зростання;

б) на основі аналітичного вирівнювання рівнів ряду динаміки.

Порівняйте отримані результати й виберіть кращий прогноз.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке «прогноз кон'юнктури»?
2. Які методи прогнозування кон'юнктури Вам відомі?
3. Які особливості формування інформаційної бази прогнозування кон'юнктури?
4. Яке програмне забезпечення слід використовувати при проведенні прогнозування кон'юнктури?

Рекомендована література до Теми 1:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полтораки В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

Тема 2. Практика оцінки й прогнозування економічної кон'юнктури в Україні

Мета: формування та закріплення знань практики прогнозування кон'юнктури ринку.

План

1. Аналіз тенденцій розвитку обраного ринку.
2. Інформаційна база проведення прогнозування кон'юнктури обраного ринку.
3. Прогнозування кон'юнктури обраного ринку із використанням програмного забезпечення.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Основні вимоги до інформаційної бази проведення кон'юнктурних прогнозів.
2. Основні аспекти використання програмного забезпечення при проведенні прогнозування кон'юнктури обраного ринку.

Завдання

Завдання 1. Сформувати інформаційну базу для прогнозування кон'юнктури обраного ринку.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «інформація».
2. Яке програмне забезпечення слід використовувати при проведенні прогнозування кон'юнктури ринку?

Рекомендована література до Теми 2:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАТИСТИЧНИХ БАЗ ДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ В СВІТОВОМУ МАСШТАБІ

Тема 3. База даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database)

Мета: формування навичок роботи із базою даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами (UN Comtrade Database).

План

1. Особливості роботи з UN Comtrade Database.
2. Візуальний аналіз міжнародної торгівлі за допомогою опції «Visualize data».
3. Формування інформаційної бази для проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури ринку із використанням даних UN Comtrade Database.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Український класифікатор тварі зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД).

2. Аналіз річних та помісячних даних про обсяги експорту та імпорту обраного товару із використанням бази даних UN Comtrade Database.

3. Використання засобів візуального аналізу, запропонованих на сайті UN Comtrade Database.

Завдання

Завдання 1. Із використанням UN Comtrade Database отримати місячні дані за максимально можливий період про вартість і фізичні обсяги експорту з України товару «Торф (включаючи торф'яний дрібняк), агломерований або неагломерований» («Peat (including peat litter), whether or not agglomerated»). Код товару за Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012 – 2703.00.

Завдання 2. За допомогою опції «Visualize data» UN Comtrade Database проведіть візуальний аналіз міжнародної торгівлі Польщі за 2017 рік.

Завдання 3. Із використанням UN Comtrade Database отримати річні дані про вартість і фізичні обсяги імпорту кави до України в 2016 та 2017 роках. Визначити код товару за Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012.

Питання для самоконтролю:

1. Особливості роботи із базою даних UN Comtrade Database.
2. Різновиди засобів візуального аналізу бази даних UN Comtrade Database.

Рекомендована література до Теми 3:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.

2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.

3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.

4. Полтораки В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.

5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.

6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.

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

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

9. Metadata Classifications. RAMON – Reference And Management Of Nomenclatures // Eurostat. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM&StrGroupCode=CLASSIFIC&StrLanguageCode=EN (дата звернення: 1.19.2018).

10. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 1.09.2018).

Тема 4. База даних COT (WTO Statistics Database)

Мета: формування навичок роботи із базою даних COT (WTO Statistics Database).

План

1. Практика роботи з WTO Statistics Database.
2. Робота з торговими картами «Trade maps».

Питання для самостійного опрацювання:

1. Особливості роботи з базою даних COT (WTO Statistics Database).
2. Використання торгових карт «Trade maps» при проведенні аналізу кон'юнктури ринку в світовому масштабі.

Завдання 1. Сформувати інформаційну базу для аналізу та прогнозування кон'юнктури обраного ринку із використанням даних WTO Statistics Database.

Питання для самоконтролю:

1. Особливості роботи із базою даних WTO Statistics Database.
2. Різновиди засобів візуального аналізу бази даних WTO Statistics Database.

Рекомендована література до Теми 4:

1. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
3. Підгорний А. З., Самотоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 408 с.
4. Полтораки В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
5. Benzo R., Mohsen M. G., Fourali Ch. Marketing Research: Planning, Process, Practice. SAGE Publications Ltd, 2017. 432 p.
6. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research, Global Edition. Pearson, 2016. 496 p.
7. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.
8. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. Kogan Page, 2018. 240 p.
9. 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: 01.03.2018).
10. WTO Statistics Database // World Trade Organization (WTO). URL: <http://stat.wto.org/Home/WSDBHome.aspx?Language=E> (дата звернення: 01.03.2018).

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ПИСЬМОВИХ САМОСТІЙНИХ РОБІТ

Індивідуальне науково-дослідне завдання (ІНДЗ) із дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» проводяться з *метою*:

- закріплення студентом теоретичних знань, отриманих на лекційних заняттях або в результаті самостійного вивчення необхідного матеріалу;
- отримання практичних навиків проведення науково-дослідної роботи;
- проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів.

Основним завданням ІНДЗ є проведення аналізу кон'юнктури обраного світового товарного ринку із використанням бази даних UN Comtrade Database.

ІНДЗ складається з *п'яти частин*:

I. Описання обраного товарного ринку в світовому масштабі, його особливості, місце України на цьому ринку.

II. Аналіз річних та помісячних даних про обсяги експорту та імпорту обраного товару із використанням бази даних UN Comtrade Database (<https://comtrade.un.org>). Збір вторинних даних за обраною темою наукового дослідження, їх узагальнення та представлення в табличній формі.

III. Демонстрація в роботі навиків використання засобів візуального аналізу, запропонованих на сайті UN Comtrade Database, наприклад інструменту The Observatory of Economic Complexity.

IV. Визначення рівень концентрації експорту або імпорту на обраному товарному ринку в світовому масштабі.

V. Формулювання висновків та рекомендацій.

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

Рекомендації щодо оформлення ІНДЗ

Загальний обсяг роботи повинен складати 15–20 сторінок тексту без додатків.

ІНДЗ має містити такі основні *структурні елементи*:

- титульний аркуш;
- зміст;
- вступ;
- основну частину;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності).

Титульний аркуш є першою сторінкою ІНДЗ (див. додаток А).

При оформленні ІНДЗ доцільно користуватися рекомендаціями стандарту ДСТУ 3008:2015 «Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання» [1], де встановлені вимоги до оформлення звітів з наукової роботи.

ІНДЗ має бути надруковано за допомогою комп'ютерної техніки на одному

боці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм) через 1,5 міжрядкового інтервалу, за допомогою текстового редактора Microsoft Word. Електронний варіант роботи та презентація надсилається на електронну пошту викладача.

Текст ІНДЗ необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: ліве – не менше 20 – 25 мм, праве – не менше 10 мм, верхнє – не менше 20 мм, нижнє – не менше 20 мм. Слід використовувати стандартний шрифт редактора Microsoft Word: Times New Roman, розмір шрифту – 14 pt.

Абзацний відступ повинен бути однаковим по всьому тексту роботи й дорівнювати п'яти знакам (1,25 см).

Сторінки ІНДЗ нумерують наскрізно арабськими цифрами, охоплюючи додатки. Номер сторінки проставляють праворуч у верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Бібліографічний опис списку використаних джерел у ІНДЗ оформляється з урахуванням вимог Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічні посилання. Загальні положення та правила складання» [2].

Приклад роботи з базою даних UN Comtrade Database

Одним з найбільш повних і достовірних джерел світової торговельної статистики є база даних **UN Comtrade Database**, яка дозволяє детально вивчити зовнішню торгівлю будь-якої окремо взятої країни по кожній групі товарів. Дані, зібрані Відділом Статистики ООН, охоплюють інформацію більш, ніж 98 % відсотків обсягу світової торгівлі.

UN Comtrade Database містить річні дані про вартість і фізичні обсяги експорту та імпорту близько 200 країн та регіонів з 1962 р. і щомісячну статистику торгівлі з 2010 р. з розбивкою по країнам-торговим партнерам і видам товарів. З базою даних **UN Comtrade Database** можна ознайомитись на сайті Статистичного відділу ООН за адресою: <http://comtrade.un.org> [4].

Приклад 1. Мета дослідження: проаналізувати вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару «Олія соняшникова».

Із використанням **UN Comtrade Database** знайдемо річні дані про вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару «Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу» («Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions whether or not refined, but not chemically modified»). Код товару за Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012 –1512.

Послідовність кроків:

I. На головній сторінці **UN Comtrade Database** обрати опцію «**Get trade data**» (рис. 1).

II. Обрати параметри пошуку (рис. 2):

1. Type of product & Frequency (тип продукту & періодичність даних):

– необхідний тип продукту: товари (**Goods**);

– періодичність даних: річні (**Annual**);

2. Classification (класифікація) [3]:

– використовувана класифікація: **HS 12**;

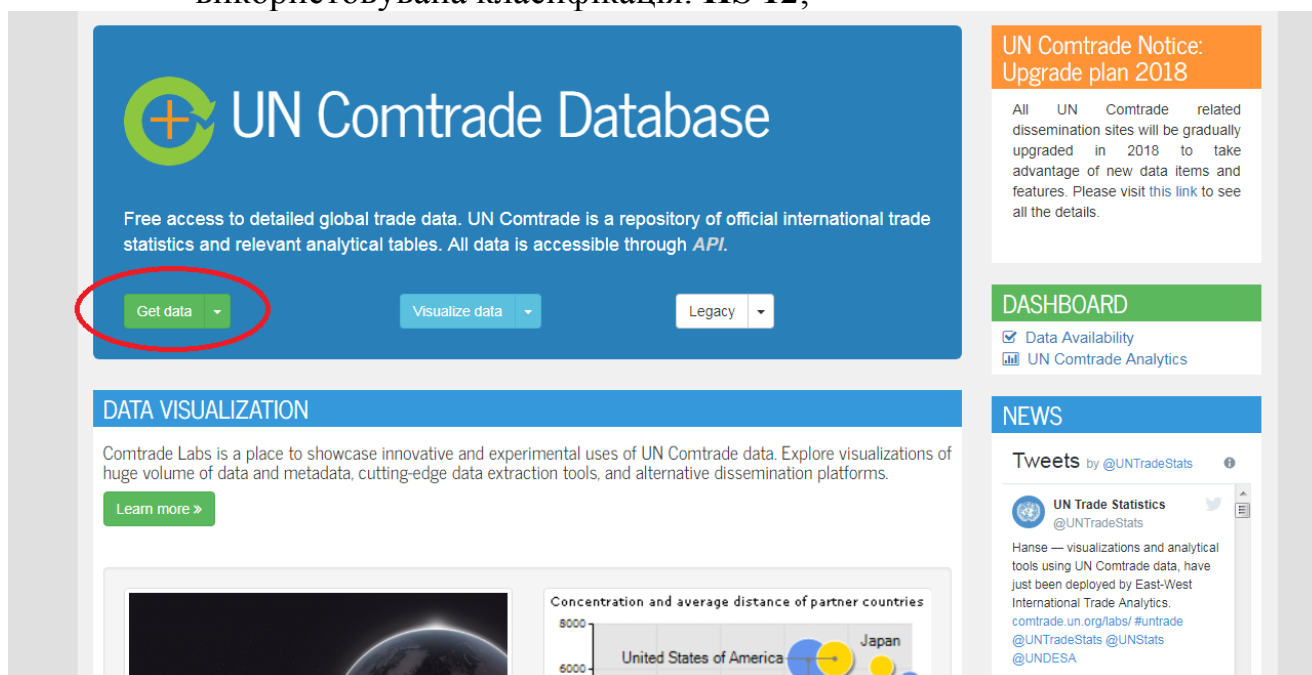


Рисунок 1 – Вибір опції «Get trade data»

3. Select desired data (Оберіть потрібні дані):

– період: **2017 та 2016**;

– країну: **Ukraine**;

– партнери: **World**;

– торговий потік: **Export**

– код товару: **1512 – Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions whether or not refined, but not chemically modified**;

The image shows the UN Comtrade Database search interface. At the top, there is a navigation bar with "UN Comtrade Database" and links for "Extract data", "Data Availability", "Metadata", "Reference", "Knowledge base", and "API portal". Below this, there are four main sections: 1. Type of product & Frequency: "Type of product" has "Goods" selected and "Services" unselected. "Frequency" has "Annual" selected and "Monthly" unselected. 2. Classification: "HS" has "As reported", "92", "96", "02", "07", "12" (selected), and "17" unselected. "SITC" has "As reported", "Rev. 1", "Rev. 2", "Rev. 3", and "Rev. 4" unselected. "BEC" has "BEC" selected. 3. Select desired data: "Periods (year)" has "2017" and "2016" selected. "Reporters" has "Ukraine" selected. "Partners" has "World" selected. "Trade flows" has "Export" selected. 4. See the results: "HS2012 commodity codes" has "1512 - Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions; whether or not refined, but not chemically modified" selected. At the bottom, there are "Preview" and "Download CSV" buttons.

Рисунок 2 – Сторінка вибору параметрів пошуку для запиту даних про вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару (код за

Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012 – 1512)
Обравши необхідні параметри у відповідних віконцях та натиснувши кнопку **Preview** (рис. 2), отримуємо результати запиту (рис. 3, табл. 1).

4. See the results (Перегляньте результати).

UN Comtrade Database

Extract data | Data Availability | Metadata | Reference | Knowledge base | API portal

All or a valid period. Up to 5 may be selected.

All or a valid reporter. Up to 5 may be selected. All may only be used if a partner is selected.

World, All, or a valid reporter. Up to 5 may be selected. All may only be used if a reporter is selected.

All or select multiple trade flows.

HS2012 commodity codes

1512 - Sun-flower seed, safflower or cotton-seed oil and their fractions; whether or not refined, but not chemically modified

All, Total, AG[X] or a valid code. Up to 20 may be selected. If you know the code number, e.g. 01 - Live animals, type 01. To search by description type a word, e.g. rice.

4. See the results

Preview » Download CSV

Issues opening CSV in Excel? See this Microsoft how-to.

March 2016 Trade in Services data available in the web interface and via the API
 November 2015 Fast streaming of data files through API. Bulk data extraction is now available through [Bulk API](#). In addition, batch and very large query support is still currently available via the [legacy interface for annual data](#).

5. Preview (2 records)

Period	Trade Flow	Reporter	Partner	Commodity Code	Trade Value (US\$)	Netweight (kg)	Qty Unit	Qty	Flag
2016	Export	Ukraine	World	1512	\$3,704,932,410	4,842,065,107	Weight in kilograms	4,842,065,107	0
2017	Export	Ukraine	World	1512	\$4,309,045,944	5,766,108,492	Weight in kilograms	5,766,108,492	0

Showing 1 to 2 of 2 entries

First Previous 1 Next Last

Рисунок 3 – Результати запиту про вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару «Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу»

Таблиця 1– Вартість і фізичні обсяги експорту з України в 2016 та 2017 рр. товару (код за Гармонізованою системою опису та кодування товарів HS 2012 – 1512)

Pe-riod	Trade Flow	Reporter	Partner	Commodity Code	Trade Value (US\$)	Netweight (kg)	Qty Unit	Qty
2016	Export	Ukraine	World	1512	3,704,932,410	4,842,065,107	Weight in kilograms	4,842,065,107
2017	Export	Ukraine	World	1512	4,309,045,944	5,766,108,492	Weight in kilograms	5,766,108,492

Окрім цифрових даних, за допомогою опції «Visualize data» UN Comtrade Database надає можливість візуального аналізу міжнародної торгівлі, представлена в рисунках та таблицях за допомогою такого переліку ресурсів: ABRAMS world trade wiki, Hanse, Trade Data Analytics and Visualization, The Atlas of Economic Complexity 2.3, Ghemawat.com (Provided by Pankaj Ghemawat), resourcetrade.earth, A world of oil, UN Comtrade Analytics, ITC Trade Map, Asia Pacific Energy Portal, The Globe of Economic Complexity, International Trade in Goods based on UN Comtrade data, GFCC Competitiveness Decoder, WITS Trade Data Visualizations, SAS Visual Analytics for UN Comtrade, Partner Concentration of

Trade, 2013, Resources Futures, Global Economic Dynamics, The Observatory of Economic Complexity, TrendEconomy Analytics Portal.

Приклад 2. Задля візуального аналізу та порівняння міжнародної торгівельної діяльності України використано ресурс International Trade in Goods based on UN Comtrade data (рис. 4).

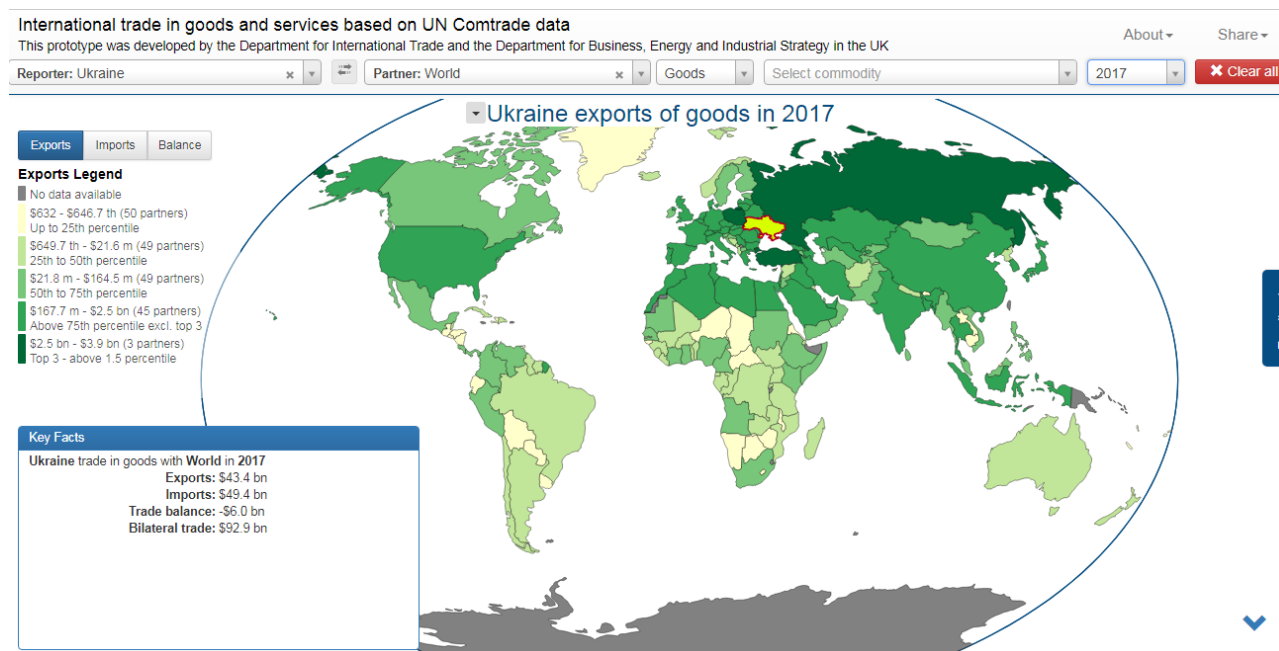


Рисунок 4 – Ключові факти щодо міжнародної торгівлі товарами України в 2017 р.
Джерело: база даних UN Comtrade Database [4]

Використані джерела

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.
3. Metadata Classifications. RAMON – Reference And Management Of Nomenclatures // Eurostat. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM&StrGroupCode=CLASSIFIC&StrLanguageCode=EN (дата звернення: 1.08.2019).
4. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 1.08.2019).

ДОДАТОК А
ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ ТИТУЛЬНОГО АРКУШУ ІНДЗ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

Економічний факультет

Кафедра статистики, обліку та аудиту

Індивідуальне науково-дослідне завдання
з навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку»

**СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ
СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ДАНИХ
UN COMTRADE DATABASE**

Виконав: студент 2 курсу
спеціальності 051 «Економіка»
(освітньо-професійна програма
«Бізнес-аналітика
та міжнародна статистика»)

Володимир БИЧКО

Керівник: д. е. н., професор
кафедри статистики, обліку та аудиту

Олексій КОРЕПАНОВ

Харків – 2020

**4. ПИТАННЯ, ЗАДАЧІ, ЗАВДАННЯ АБО КЕЙСИ ДЛЯ
ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ
ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ
РОБІТ, ПЕРЕДБАЧЕНИХ НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ,
ПІСЛЯТЕСТАЦІЙНОГО МОНІТОРИНГУ НАБУТИХ
ЗНАНЬ І ВМІНЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

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. 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.

4. 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.

5. 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.

6. За кон'юнктурним спостереженнями ринки класифікуються таким 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.

7. Методика дослідження кон'юнктури – це:

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

8. 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.

9. 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 оператора в загальному обсязі випуску (збуту) на ринку, %;

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

10. 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.

Розрахункові завдання поточного контролю знань і вмінь студентів

Задача 1. В табл. 1 наведені дані про виробництво цукру в Харківській області в 2013–2017 рр.

Таблиця 1– Виробництво цукру в Харківській області в 2013–2017 рр.

Роки	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг виробництва, тис. т	37,8	119,5	78,5	159,9	118,6

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 цукру в Харківській області за 2013–2017 рр.

Задача 2. За даними табл. 2 зробіть висновок про інтенсивність і тип конкуренції молочної галузі в Україні в 2016 р. на основі розрахункових значень: 1) трьохдольного стандартного показника ринкової концентрації *CR*; 2) індексу Херфіндала-Хіршмана (Herfindal-Hirshman Index).

Таблиця 2 – Чистий дохід підприємств молочної галузі в Україні в 2016 р.

№	Виробники	Чистий дохід, млн грн
1	Холдинг «Молочний альянс»	2152,7
2	Мілкіленд Україна	1320,3
3	Вімм-Білл-Данн Україна	961,6
4	Консалтингова фірма «Прометей»	932,4
5	Гадячсир	909,0
6	Житомирський маслозавод	686,0
7	Галичина	684,4
8	Люстдорф	630,0
9	Россь	619,0
10	Дубномолоко	542,4
11	Галактон	491,4
12	Комбінат «Придніпровський»	483,2
13	Донецький міський молочний з-д №2	467,7
14	Бершадьмолоко	441,9
15	Лактис-Миколаїв	434,9
16	Аромат	406,6
17	Бель Шостака Україна	389,8

Задача 3. В табл. 3 наведені дані про виробництво борошна в Харківській області в 2012–2016 рр.

Таблиця 3– Виробництво борошна в Харківській області в 2013–2017 рр.

Роки	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг виробництва, тис. т	255,6	274,3	304,6	288,6	277,9

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 в Харківській області за 2013–2017 рр.

**5. ЗАВДАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ –
СЕМЕСТРОВИЙ ЕКЗАМЕН)
(чотирирівнева шкала оцінювання)**

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет економічний
Спеціальність (напрямок) 051 «Економіка»
Освітня програма: «Бізнес-аналітика та міжнародна 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.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ____ від « ____ » _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)

Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 2*

1. Інформаційне забезпечення прогнозування ринкової кон'юнктури.
2. Особливості формування системи статистичних показників кон'юнктури ринку.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ____ від « ____ » _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)

Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 3*

1. Система статистичних показників кон'юнктури ринку.
2. Визначення місткості товарного ринку за допомогою загальної методики.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)
Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 4*

1. Інформаційна база кон'юнктурних досліджень.
2. Послідовність і зміст основних етапів вивчення економічної кон'юнктури.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)
Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 5*

1. Еволюція поняття «кон'юнктура ринку». Зміст і види економічної кон'юнктури.
2. Класифікація ринків за функціональним призначенням товару, за обсягом продажів товарів та ступенем конкуренції.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту
Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)
Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)
Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 6*

1. Методи оцінки рівня ринкової концентрації.
2. UN Comtrade Database як один з найбільш повних і достовірних джерел світової торговельної статистики.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту
Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)
Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)
Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 7*

1. Поняття та види місткості товарного ринку.
2. Класифікація цін. Державне регулювання ціноутворення.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)
Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 8*

1. Поняття цін і ціноутворення в умовах ринкової економіки. Стратегії ціноутворення.
2. Статистичні методи прогнозування економічної кон'юнктури.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)
Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 9*

1. Поняття, види конкуренції та ринкових структур.
2. Статистичне визначення рівня ринкової концентрації товарного ринку.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)

Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

(повне найменування вищого навчального закладу)

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

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 10*

1. Оцінка і аналіз циклічності та сезонності ринку.
2. Класифікація методів аналізу економічної кон'юнктури.
3. Задача.
4. Тести.

Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол № ___ від «___» _____ 20__ року

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Володимир СОБОЛЄВ
(прізвище та ініціали)

Олексій КОРЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

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

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ТА РОЗПОДІЛ БАЛІВ

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:

1. Повнота відповіді або виконання завдання:

- елементарна;
- фрагментарна;
- повна;

- неповна.
- 2. *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 індивідуально-розрахункової роботи

Максимальна оцінка за виконання ІНДЗ – 30 балів.

ІНДЗ з дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» 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 ІНДЗ.

Шкала оцінювання індивідуально-розрахункової роботи

Кількість балів	Теоретичне питання	Практичне завдання
25-30	Повне засвоєння та суб'єктне усвідомлення матеріалу. Твердження чітко аргументовані. Продемонстровано термінологічну грамотність	Продемонстровано методичну й технологічну грамотність. Методичні рішення обґрунтовано. Оформлення відповідає вимогам.
20-24	Повне засвоєння матеріалу, але недостатнє суб'єктне його усвідомлення. Нечітка аргументація тверджень. Часткова термінологічна некоректність.	Наявність незначних методичних і технологічних помилок, а також помилок в оформленні роботи. Методичні рішення обґрунтовано.
10-19	Часткове засвоєння матеріалу, суб'єктне його не усвідомлення. Аргументація відсутня. Термінологічна неграмотність.	Наявність значної кількості методичних і технологічних помилок, а також в оформленні роботи.

0-9	Теоретичний матеріал не засвоєно. Аргументація відсутня. Термінологічна неграмотність.	Методична й технологічна неграмотність. Неправильне оформлення роботи.
-----	----------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------

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

**Зведена шкала оцінювання роботи студентів з дисципліни
«Аналіз кон'юнктури ринку»**

Види робіт	Максимум балів
Тестовий поточний контроль 1	15
Тестовий поточний контроль 2	15
ІНДЗ	30
РАЗОМ	60
Екзамен	40
ВСЬОГО	100

Оцінювання якості знань з дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» проводиться за практичними вміннями й навичками, які демонструють студенти, відповідаючи на тестові питання.

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».

СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

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					Екзамен	Сума	
Розділ 1		Розділ 2		ІНДЗ			Разом
T1	T2	T3	T4				
5	10	10	5	30	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Узагальнена схема нарахування балів (заочна форма)

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Екзамен	Сума	
Розділ 1		Розділ 2		ІНДЗ			Разом
T1	T2	T3	T4				
5	10	10	5	30	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Аналіз 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