

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

Економічний факультет

Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності

## **СТАТИСТИКА РИНКУ**

Методичні рекомендації  
до вивчення дисципліни для бакалаврів  
спеціальності 073 Менеджмент

Затверджено  
на засіданні кафедри економіки,  
менеджменту та комерційної діяльності  
Протокол № 1 від 28.08.2023 р.

Статистика ринку. Методичні рекомендації до вивчення дисципліни для бакалаврів спеціальності 073 Менеджмент / Укладач: О.В. Заярнюк – Кропивницький: ЦНТУ, 2023. –40 с.

**Укладач:**

Заярнюк Олексій Васильович, к.е.н., доцент

**Рецензенти:**

В'юник Ольга Володимирівна, к.е.н., доцент

Немченко Тетяна Анатоліївна, к.е.н., доцент

**Відповідальна за випуск:**

Сторожук Оксана Василівна, к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

© Заярнюк О.В.  
Статистика ринку.  
Методичні рекомендації до вивчення дисципліни, 2023.

## ЗМІСТ

1	Мета і завдання навчальної дисципліни .....	4
2	Тематичний план викладання курсу.....	4
3	Зміст тем курсу .....	5
4	Плани практичних занять .....	7
5	Методичні поради до вивчення курсу «Статистика ринку» .....	11
6	Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи .....	33
7	Тематика рефератів .....	35
8	Орієнтовні питання до заліку з курсу «Статистика ринку».....	36
9	Література, рекомендована до вивчення дисципліни .....	37

## 1. МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Статистика ринку» є надання майбутнім фахівцям теоретичних знань зі статистичних основ вивчення ринку товарів і послуг, допомога у набутті практичних навичок з написання експрес-доповідей, аналітичних оглядів, а також у вивченні кон'юнктури, тенденцій і закономірностей розвитку товарних ринків на базі статистичних методів дослідження.

При підготовці методичних рекомендацій використано вітчизняний і міжнародний досвід статистичного вивчення ринків та програми навчання у закладах вищої освіти.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни «Статистика ринку» є допомога здобувачам опанувати навички збору та обробки статистичної інформації; аналізу та оцінки кон'юнктури ринку; характеристики структури та пропорцій ринку; оцінки та аналізу розвитку параметрів ринку; регіонального аналізу ринку; характеристики економічних та соціальних наслідків ринку.

Здобувач повинен набути компетентності щодо застосування знань у практичних ситуаціях; здатності генерувати нові ідеї; здатності визначати та описувати характеристики організації; здатності аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища; здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

Для досягнення згаданих цілей важливе значення має самостійна творча робота здобувачів, на організацію якої спрямовані підготовлені методичні рекомендації.

## 2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ВИКЛАДАННЯ КУРСУ

№ п/п	Тема	Всього (годин)	Лекції (годин)	Практичні заняття (годин)	Самостійна робота (годин)
1	Методологічні основи статистики ринку	10	4		6
2	Статистика кон'юнктури ринку	14	4	2	8
3	Статистичні методи дослідження ринку праці і зайнятості	14	4	4	6
4	Статистика цін, тарифів та інфляції	14	4	2	8
5	Статистика товаропросування і товарообороту	14	4	2	8
6	Статистика товарних запасів і товарооборотності	14	4	2	8
7	Статистика ринкової інфраструктури	14	4	2	8
8	Статистика соціально-економічної ефективності ринку товарів та послуг	14	4	2	8
9	Статистика зовнішньої торгівлі	12	4	2	6
	<b>Разом (годин):</b>	<b>120</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>66</b>

### **3. ЗМІСТ ТЕМ КУРСУ**

#### **Тема 1. Методологічні основи статистики ринку.**

Об'єкт вивчення статистики ринку. Економічна категорія «Ринок». Об'єкт статистичного вивчення. Функції, які виконує ринок. Складові сукупного попиту внутрішнього ринку. Споживчий попит, інвестиційний попит, попит держави. Товарний ринок. Класифікація послуг за різними ознаками. Сутність товару. Сутність послуги та її характерні особливості. Предмет статистики ринку. Класифікація ринку продуктів. Завдання статистики ринку. Специфіка ринку послуг. Комплексні індикатори показників соціально-економічного розвитку. Статистична закономірність. Система національних рахунків. Інституційна одиниця. Інформаційна база державної статистики ринку.

#### **Тема 2. Статистика кон'юнктури ринку.**

Головне завдання статистичного вивчення ринку товарів та послуг. Сутність кон'юнктури ринку. Характеристики певної ринкової ситуації. Стратегічні цілі кон'юнктурного аналізу. Завдання статистики кон'юнктури ринку. Інформаційні джерела кон'юнктурного аналізу. Методи експертних оцінок. Метод Дельфі, метод мозкового штурму, метод синектики у практиці кон'юнктурного аналізу. Критерії оцінки кон'юнктури. Класифікація типів ринків за різними ознаками. Потенціал ринку та категорії, які використовують для його оцінки. Мета оцінки потенціалу ринку. Категорії місткості та насиченості ринку. Статистика пропозиції та купівельного попиту. Прогнозування попиту і пропозиції.

#### **Тема 3. Статистичні методи дослідження ринку праці і зайнятості.**

Сутність безробіття. Методичні підходи до збирання інформації про безробітних. Основні характеристики безробітного. Форми безробіття. Фрикційне, структурне, циклічне, сезонне безробіття. Приховане безробіття. Показники структури пропозиції робочої сили. Середня заробітна плата як макроекономічний показник. Проблема браку кваліфікованих спеціалістів. Гендерні відмінності в рівнях робочої сили. Ситуація із зайнятістю і безробіттям на українському ринку праці.

#### **Тема 4. Статистика цін, тарифів та інфляції.**

Сутність ціни як грошового вираження вартості. Функції ціни. Класифікація цін. Тарифи. Сутність інфляції. Завдання статистики цін. Суб'єкти статистичної інформації щодо цін. Принципи відслідковування цінових чинників. Методи відслідковування цінових чинників. Рівень цін.

#### **Тема 5. Статистика товаропросування і товарообороту.**

Сутність товаропросування. Обумовленість процесу товаропросування. Об'єкти товаропросування. Форми просування матеріальних благ. Ланковість товаропросування та складська ланковість. Сутність каналу товаропросування. Рівні товаропросування. Товарооборот як економічна категорія. Мета

статистики товаропросування і товарообороту. Функціональні завдання статистики товаропросування і товарообороту. Категорії товарообороту: валовий, чистий, оптовий, роздрібний. Продаж споживчих послуг. Статистичне вивчення ланковості товаропросування. Рівномірність та ритмічність постачання. Специфічний характер біржової торгівлі. Товарна біржа. Джерела інформації для розрахунку статистичних показників діяльності товарних бірж. Показники товарообороту бірж.

### **Тема 6. Статистика товарних запасів і товарооборотності.**

Товарні запаси. Роль товарних запасів. Класифікація товарних запасів: виробничі, страхові, збутові. Форми товарних запасів сфери обігу. Мотиви, що спонукають до створення запасів. Оборот товару. Макроекономічні та мікроекономічні показники статистики ринку товарів та послуг. Резервний, мінімальний, максимальний та оптимальний обсяг товарних запасів. Абсолютні та відносні показники товарних запасів. Структура товарних запасів. Неходові, залежалі та завезені понад норму товари. Недостатній обсяг товарних запасів. Оптимізація товарних запасів. Критерії оптимальності товарних запасів. Методи обліку товарних запасів.

### **Тема 7. Статистика ринкової інфраструктури.**

Поняття інфраструктури ринку та її види. Інфраструктура ринку товарів та послуг. Функціональне призначення інфраструктури товарного ринку та її особливості. Предмет статистичного вивчення інфраструктури ринку. Завдання статистики ринкової інфраструктури. Показники статистики інфраструктури товарного ринку. Підприємство як суб'єкт господарювання. Потужність підприємства. Основні засоби збуту, торгівлі і сфери послуг. Характерні особливості основних засобів. Види оцінки основних засобів. Облікова чисельність працівників. Визначення заробітної плати. Фонд оплати праці. Середня заробітна плата. Статистика трудових конфліктів. Впровадження прогресивних технологій торгового обслуговування. Якість обслуговування населення.

### **Тема 8. Статистика соціально-економічної ефективності ринку товарів та послуг.**

Ефективність як соціально-економічна категорія. Соціальні результати функціонування ринку товарів та послуг. Поточні витрати у сфері товарного обігу та їх ефективність. Показники ефективності інвестування у сферу товарного обігу. Поняття доходу. Сутність економічної вигоди. Мета статистики доходів, витрат і результатів господарювання підприємств. Статистика витрат обігу. Завдання статистики витрат обігу. Класифікація витрат обігу. Сутність прибутку та збитку. Функції прибутку підприємств. Класифікація прибутку за різними ознаками. Показники рентабельності.

### **Тема 9. Статистика зовнішньої торгівлі.**

Сутність зовнішньоекономічної діяльності. Користувачі даних статистики

зовнішньоекономічної діяльності. Інформаційна база статистики зовнішньоекономічної діяльності. Статистика зовнішньої торгівлі. Показники експорту та імпорту країни. Експортна та імпортна квота. Зовнішньоторговельний оборот. Предмет вивчення митної статистики. Складники спеціальної митної статистики. Об'єкти спостереження у митній статистиці. Країна-контрагент, країна походження товару та країна призначення у митній статистиці. Платіжний баланс. Резиденти та нерезиденти. Принципи побудови платіжного балансу.

#### **4. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

##### **Тема 1. Методологічні основи статистики ринку.**

1. Місце статистики ринку в системі наук, її об'єкт, предмет та завдання.
2. Сфера послуг в контексті статистичних досліджень.
3. Система показників статистики ринку.
4. Показники статистики ринку в системі національних рахунків.
5. Інформаційна база статистики ринку

##### **Основні питання для обговорення в групі:**

1. Що є об'єктом вивчення статистики ринку?
2. Перерахуйте функції, які виконує ринок.
3. Які складові містить товарний ринок?
4. Які особливості притаманні ринку послуг?
5. В чому полягає відмінність обсягу вироблених послуг від обсягу реалізованих послуг?
6. Дайте визначення поняттю статистична закономірність.
7. Система національних рахунків та її основні категорії.
8. Що становить інформаційну базу державної статистики ринку?

##### **Теми рефератів: 4, 5, 9.**

##### **Тема 2. Статистика кон'юнктури ринку.**

1. Поняття кон'юнктури ринку, завдання статистичного вивчення, система показників та інформаційні джерела.
2. Статистичні оцінки ринкової ситуації.
3. Розрахунок і аналіз потенціалу ринку.
4. Статистика пропозиції та купівельного попиту.

##### **Основні питання для обговорення в групі:**

1. Дайте визначення поняттю «кон'юнктура ринку».
2. Назвіть показники, які характеризують ринкову ситуацію.
3. В чому полягають завдання статистики кон'юнктури ринку?
4. Що входить до складу інформаційних джерел кон'юнктурного аналізу?
5. Сутність методу експертних оцінок.

6. Охарактеризуйте критерії оцінки кон'юнктури.
7. Потенціал ринку та його різновиди.
8. Як визначити місткість ринку та насиченість ринку?
9. Яким чином здійснюється прогнозування попиту і пропозиції?

**Теми рефератів: 3, 15, 22.**

### **Тема 3. Статистичні методи дослідження ринку праці і зайнятості.**

1. Статистика безробіття та зайнятості в секторах економіки.
2. Середня заробітна плата в розрізі галузей і регіонів.
3. Взаємозв'язок освіти та кваліфікації і безробіття.
4. Гендерні аспекти та їх відображення в статистиці ринку праці.

#### **Основні питання для обговорення в групі:**

1. Що таке безробіття?
2. Наведіть основні характеристики безробітного.
3. Які форми безробіття вам відомі?
4. У яких формах виявляється приховане безробіття?
5. Дайте визначення економічній категорії «середня заробітна плата».
6. Опишіть взаємозв'язок рівня кваліфікації та безробіття.
7. Перерахуйте гендерні відмінності в рівнях зайнятості, які існують сьогодні в Україні та чинники, які їх зумовлюють.

**Теми рефератів: 2, 7, 19, 20, 23, 24.**

### **Тема 4. Статистика цін, тарифів та інфляції.**

1. Соціально-економічна сутність цін, інфляції та завдання статистичного вивчення.
2. Принципи та методи відслідковування цінових чинників.
3. Статистика рівня та структури цін.

#### **Основні питання для обговорення в групі:**

1. Дайте визначення дефініції «ціна».
2. Які ключові функції виконує ціна?
3. За якими ознаками класифікують ціни?
4. Що собою являє «тариф»?
5. Перерахуйте основні завдання статистики цін.
6. Перерахуйте функціональні завдання статистики цін.
7. Охарактеризуйте сутність методу несучільного спостереження.
8. Наведіть сутність поняття «рівень цін» його різновиди.

**Теми рефератів: 8, 11, 17.**

### **Тема 5. Статистика товаропросування і товарообороту.**

1. Економічна сутність та завдання статистики товарообороту та товаропросування.
2. Категорії товарообороту в системі показників статистики ринку товарів та послуг.

3. Статистичне вивчення ланковості товаропросування.
4. Способи аналізу виконання договірних зобов'язань поставки.
5. Основні показники товарообороту товарних бірж.

**Основні питання для обговорення в групі:**

1. В чому полягає зміст товаропросування?
2. Чим зумовлене існування процесу товаропросування?
3. Дайте визначення поняттю «канал товаропросування».
4. Які вам відомі рівні товаропросування?
5. Дайте визначення поняттю «товарооборот».
6. Яка концептуальна мета статистики товаропросування і товарообороту?
7. Які функціональні завдання статистики товаропросування і товарообороту вам відомі?
8. Дайте визначення поняттю «валовий товарооборот».
9. Що є спільного та відмінного у поняттях «рівномірність постачання» та «ритмічність постачання»?
10. В чому проявляється специфічний характер функціонування товарної біржі?

**Теми рефератів: 10, 13.**

**Тема 6. Статистика товарних запасів і товарооборотності.**

1. Поняття товарних запасів і товарооборотності, завдання їх статистичного вивчення.
2. Показники статистики товарних запасів і товарооборотності.
3. Методи аналізу оптимальності, стану й зміни товарних запасів.

**Основні питання для обговорення в групі:**

1. Якою є основна роль запасів товарів?
2. Які вам відомі класифікаційні ознаки запасів товарів?
3. Які мотиви спонукають до створення запасів?
4. Дайте визначення поняттю «оборот товару».
5. Які вам відомі показники рівня товарних запасів?
6. Які існують класифікаційні ознаки структури товарних запасів?
7. В чому полягає оптимізація товарних запасів?
8. Які існують критерії оптимальності товарних запасів?
9. Які вам відомі методи обліку товарних запасів?

**Теми рефератів: 12, 18.**

**Тема 7. Статистика ринкової інфраструктури.**

1. Поняття інфраструктури ринку, завдання статистичного вивчення та система показників.
2. Оцінка й аналіз числа, структури та динаміки мережі підприємств.
3. Статистика основних засобів підприємств торгівлі та сфери послуг.
4. Аналіз наявності та використання трудового контингенту ринкової

сфери.

5. Статистичне вивчення інновацій та якості обслуговування в торгівлі та сфері послуг.

**Основні питання для обговорення в групі:**

1. Дайте визначення поняттю «інфраструктура ринку».
2. Сутність організаційно-технічної, фінансово-кредитної та науково-дослідницької інфраструктури.
3. В чому полягає функціональне призначення інфраструктури товарного ринку?
4. В чому полягає предмет статистичного вивчення інфраструктури ринку?
5. Які існують концептуальні завдання статистики ринкової інфраструктури?
6. Система показників статистики інфраструктури товарного ринку?
7. Що являє собою підприємство?
8. Які характерні особливості основних засобів?
9. Які вам відомі види оцінки основних засобів?
10. Основна та додаткова заробітна плата.
11. Які існують показники якості обслуговування населення?

**Теми рефератів: 14, 25.**

**Тема 8. Статистика соціально-економічної ефективності ринку товарів та послуг.**

1. Сутність, система показників та завдання статистики ефективності функціонування товарного ринку.
2. Поняття доходів та витрат суб'єктів господарювання, завдання їх статистичного вивчення.
3. Статистика витрат обігу.
4. Статистика прибутку й рентабельності підприємств.

**Основні питання для обговорення в групі:**

1. Дайте визначення категорії «ефективність».
2. В чому полягає специфіка функціонування ринку товарів та послуг?
3. Як розраховується ефективність поточних витрат?
4. Як розраховується ефективність ресурсів соціально-економічного потенціалу сфери товарного обігу?
5. Як розраховується ефективність використання живої праці?
6. Які існують показники ефективності інвестування сфери товарного обігу?
7. Сутність витрат підприємств.
8. Яка концептуальна мета статистики доходів, витрат і результатів господарювання?
9. Які основні завдання статистики витрат обігу?
10. Які функції виконує прибуток підприємства?

11. За якими ознаками класифікують прибуток підприємства?
12. Які вам відомі показники рентабельності?

**Теми рефератів: 6, 16.**

### **Тема 9. Статистика зовнішньої торгівлі.**

1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності, завдання її статистичного вивчення та система показників.
2. Зміст, цілі та показники статистики зовнішньої торгівлі.
3. Поняття про митну статистику, її об'єкти спостереження, категорії та особливості статистичного обліку.
4. Статистика платіжного балансу.

### **Основні питання для обговорення в групі:**

1. Дайте визначення категорії «зовнішньоекономічна діяльність».
2. Хто є користувачами даних статистики зовнішньоекономічної діяльності?
3. Що вивчає статистика зовнішньої торгівлі?
4. Дайте визначення категорії «експорт країни».
5. Дайте визначення категорії «імпорт країни».
6. Дайте визначення категорії «експортна квота».
7. Дайте визначення категорії «імпортна квота».
8. Що вивчає митна статистика?
9. Що є об'єктом спостереження в митній статистиці?
10. Які виділяють групування країн у міжнародній статистиці?
11. Дайте визначення категорії «платіжний баланс».

**Теми рефератів: 1, 21.**

## **5. МЕТОДИЧНІ ПОРАДИ ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ «СТАТИСТИКА РИНКУ»**

### **Тема 1. Методологічні основи статистики ринку.**

При вивченні теми доцільно звернути увагу на те, що економічна категорія ринок відображає ступінь розвитку обміну, стан та співвідношення попиту й пропозиції і утворює складну систему самостійних, але пов'язаних між собою субринків. Часто це поняття трактують як абстракцію, маючи на увазі групи споживачів, об'єднаних і географічним розміщенням чи потребами, що породжують попит. У практичному розумінні ринок завжди конкретний, тобто він має певні параметри (розмір, ємність, місцезнаходження тощо). Завдяки цьому ринок товарів та послуг виступає об'єктом статистичного вивчення.

Слід зазначити, що як ринок, так і торгівля є категоріями товарного господарства. Однак ринок має ширший зміст, охоплюючи, хоч і частково, відносини виробництва, розподілу, обміну. Торгівля, в основному обмежуючись відносинами стосовно обміну та реалізації товарів, виступаючи

формою організації ринку, має в економіці три семантичних рівня. По-перше, – це процес товарно-грошового обміну, тобто це головна функція ринку. По-друге, – це галузь економіки, яка здійснює посередницьку діяльність щодо надходження товарів із сфери виробництва у сферу товарного обігу, їх акумулювання та концентрацію, а потім продаж споживачам. По-третє, під торгівлею іноді розуміють ринкову інфраструктуру.

Ринок виконує наступні функції:

- остаточно визначає вартість товарів, перетворюючи продукт праці на товар;

- забезпечує неперервність процесу суспільного відтворення, формує цілісність національної системи та її зв'язок з іншими національними економіками;

- спонукає зниженню індивідуальних витрат відносно суспільно необхідних, підвищує суспільну корисність товарів, їх якість та споживчі властивості;

- посилює конкуренцію між виробниками як в національному масштабі, так і в світовому;

- сприяє контролю споживачів над виробництвом, вирівнюванню цін;

- регулює національну економіку, пропорції між її сферами та галузями, платоспроможним попитом та пропозицією, нагромадженням та споживанням.

Внутрішній ринок розглядається як система економічних відносин і сукупність інституцій у сфері товарного обігу, які опосередковують взаємовідносини між виробниками-продавцями (резидентами й нерезидентами) та споживачами-покупцями (резидентами) на внутрішній території країни. Сукупний попит внутрішнього ринку задовольняє потреби суб'єктів господарювання економічної території країни і формується трьома складовими:

- споживчий попит – створюється домашніми господарствами резидентів, а також іноземцями-нерезидентами, які тимчасово перебувають у країні;

- інвестиційний попит – пред'являють підприємства-резиденти, що здійснюють операції з капіталом;

- попит держави – формується шляхом держзамовлень.

Товарний ринок – система відносин купівлі-продажу між економічно вільними продавцями й покупцями, що забезпечує зв'язки виробництва із сферою споживання.

Товарний ринок поділяється на ринок товарів та ринок послуг. Ринок товарів включає товари виробничого призначення (сировинно-енергетичних ресурсів, обладнання, машин, інструментів), споживчі товари (продовольчі товари, непродовольчі товари), інтелектуальні товари (патенти, ноу-хау, торговельні марки). Ринок послуг включає соціально-культурні, житлово-комунальні, інженерно-технічні, особливі (правові, консалтингові, торгово-посередницькі, банківсько-фінансові, інформаційні).

Наведена систематизація товарного ринку відповідно до інших класифікаційних ознак може розширюватися. Зокрема, в статистичних

дослідженнях послуги диференціюють:

- за сферою діяльності (матеріальні, нематеріальні);
- за характером надання (платні, безплатні);
- за призначенням (виробничі, споживчі);
- за територією споживання (місцевих організацій, загальнодержавних організацій);
- за юридичним статусом (легальні, нелегальні);
- за видами (інформаційні, транспортні, управлінські тощо), їх розрізняють також за видами діяльності, за джерелами фінансування, за формами власності виробників, за характером споживання, за секторами економіки тощо.

Товар – це матеріальна чи нематеріальна власність, що реалізується на ринку (продукт розумової чи фізичної праці, результат послуги, сама здатність до праці тощо).

Послуга – результати економічної діяльності, які не приймаючи матеріально-речової форми, задовольняють потреби особисті, колективні, суспільні.

Відповідно до міжнародної методології обліку послуги є товаром, якщо вони призначені для реалізації або реалізовані за економічно істотними цінами (які покривають витрати на їх реалізацію і забезпечують прибуток). Послуги мають вартість, на них розповсюджуються товарно-грошові відносини. Водночас, від матеріальних товарів послуги відрізняються наступними особливостями: невідчутністю, невіддільністю, непостійністю, недовговічністю.

Предмет статистики ринку – кількісний бік масових ринкових явищ і процесів, закономірності формування та розвитку їх.

Слід зазначити, що сучасна статистична наука є складною, багатогалузевою системою наукових дисциплін.

Виділяють основні розділи статистики:

- загальна теорія статистики вивчає спільні для масових явищ методи і засоби аналізу;
- соціально-економічна статистика вивчає соціальні умови, характер праці, рівень життя, доходів, споживання матеріальних благ і послуг населенням, а також явища і процеси, що мають місце в економіці країни чи регіону;
- галузеві статистики вивчають явища та процеси в певних галузях економічного комплексу.

Статистика ринку забезпечує задоволення інформаційно-аналітичних потреб державних структур та органів місцевого самоврядування щодо прямого чи опосередкованого регулювання ринку, контролю за параметрами його розвитку, розробки й упровадження в життя соціально-економічної політики. Крім того, статистика ринку сприяє подальшому розвитку й удосконаленню інших економічних наук, оскільки вона не тільки інформаційно ілюструє їх дефініції, але також виявляє нові закономірності й тенденції, підтверджуючи

або відкидаючи висунуті гіпотези. Статистика ринку відіграє роль інформатора громадськості про характер розвитку ринку, про ті чи інші ринкові процеси, у котрих зацікавлене суспільство в цілому чи окремі його прошарки.

## **Тема 2. Статистика кон'юнктури ринку.**

Перед початком вивчення теми зауважимо, що головним завданням статистичного вивчення ринку товарів та послуг є оцінка, аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури. Автором теорії економічної кон'юнктури вважають видатного українського вченого Михайла Івановича Туган-Барановського. Він, обіймаючи пост Генерального секретаря фінансів Центральної Ради в Україні, запропонував створити спеціальний інститут для вивчення кон'юнктури.

Кон'юнктура ринку – це сукупність умов, що визначають конкретну економічну ринкову ситуацію ринку на певний момент чи за відрізок часу.

Ринкова ситуація характеризується ступенем збалансованості та стійкості основних параметрів ринку, місткістю, тенденціями розвитку, масштабами ринкових операцій, діловою активністю, рівнем комерційного ризику, конкуренцією, станом товарних запасів тощо. Оцінка та аналіз ринкової кон'юнктури є необхідною умовою комерційної діяльності на всіх рівнях управління, формування державної політики регулювання ринку за допомогою соціально-економічного та податкового впливу, вироблення відповідних законів.

Стійкість споживчого ринку може забезпечуватися лише за рахунок оперативної взаємодії між бізнес-процесами ринкової економіки та учасниками ринку (споживачами, підприємцями, суспільними організаціями підприємців та споживачів, органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, профспілками, організаціями щодо захисту прав споживачів тощо). Інструментом такої взаємодії є сучасні інформаційні технології, призначення яких створити єдиний правовий простір споживчого ринку разом з єдиним інформаційним простором регулювання його діяльності.

Стратегічні цілі кон'юнктурного аналізу, що випливають із загальної концепції статистики ринку, потребують виявлення закономірності й моделювання чинників дії ринкового механізму. Це необхідно для забезпечення передбачуваності розвитку ринку й обґрунтування застосування соціально-економічних важелів регулювання ринкових процесів.

Завдання статистики кон'юнктури ринку:

- збір інформації та її обробка;
- кількісна та якісна оцінка стану ринку;
- характеристика і аналіз масштабів ринкових операцій і ступеня ділової активності;
- оцінка і аналіз динамічної стійкості, сезонності, циклічності та характеристика регіональних особливостей ринку;
- оцінка і аналіз ділової активності, рівня монополізації й інтенсивності

конкуренції;

— оцінка комерційного (ринкового) ризику.

Критерії оцінки кон'юнктури умовно можна поділити на економічні (відповідність товарних запасів оптимальному рівню, збалансованість попиту та пропозиції, досягнення темпів зростання прибутку) та соціальні (фактичні витрати часу на купівлю товарів; рівень досягнення норм споживання продуктів харчування; сприйняття бізнесу, товару, послуги).

За неможливості наведення кількісної оцінки кон'юнктурної ситуації подають лише її логічний опис. Наприклад, сприятлива кон'юнктура (збалансований ринок, стабільний обсяг продажу) чи несприятлива кон'юнктура (відсутність попиту, різке коливання цін, криза збуту). За тих самих обставин використовують індекси ділової активності. Наприклад, якщо число контрактів зростає без збільшення обсягів продажу, то це свідчить, що ринок не пожвавився, а лише додалися малі підприємства. Збільшення запасів в умовах інфляції може свідчити про кризу збуту їх внаслідок скорочення платоспроможного попиту.

Часто на практиці подають градуйовані якісні оцінки стану ринку: пожвавлений, стабільний, стійкий, в'ялий, стагнуючий і т.п. Між такими оцінками чіткої межі не існує і можуть зустрічатися їх комбінації.

У систему кон'юнктурних оцінок входить також характеристика масштабів і типів ринків. Розмір ринку визначається за обсягом товарообороту, числом і розміром підприємств, що виступають на ринку в якості продавців із розподілом їх за формами власності, організаційними формами та спеціалізацією.

Типологія ринків характеризується на основі матриці, яка має вигляд таблиці (таблиця 1).

Неодмінною компонентою комерційної діяльності на ринку є ризик. Ризик виражається в імовірності зниження можливих доходів, виникнення збитків, втрати позиції на ринку. Він нерозривно пов'язаний з ринковими процесами, загальною економічною кон'юнктурою, соціально-політичною обстановкою і навіть психологією ринкових партнерів.

Таблиця 1

Матриця типології ринків

Типи ринків	Число фірм	Вид товару	Контроль цін	Нецінова конкуренція
Чиста конкуренція	Дуже багато	Стандартизований	Відсутній	Відсутня
Монополістична конкуренція	Багато	Диференційований	Незначний	Реклама
Олігополія	Кілька	Стандартизований чи диференційований	Обмежений	Різні форми
Чиста монополія	Одна	Унікальний	Значний	Консюмеризм

Важливим моментом характеристики кон'юнктурної ситуації є дослід-

ження монополізації. В цьому аспекті використовують систему показників:

- частка підприємств-монополістів у галузі;
- частка обсягу виробництва підприємств-монополістів у загальному обсязі виробництва підприємств галузі;
- співвідношення рівнів реалізації продукції на одного зайнятого підприємств-монополістів та середнього для галузі.

Кон'юнктура ринку значною мірою залежить від його потенційних можливостей.

Потенціал ринку – передбачувана сукупність виробничих і споживчих сил, що зумовлюють попит і пропозицію.

Розрізняють категорії потенціалу:

- виробничий (можливі обсяги виробництва й постачання);
- споживчий (можливі обсяги поглинання ринком).

Оцінка й аналіз виробничого потенціалу цікавлять продавця, а споживчого – покупця. Потенціал ринку товарів і послуг реалізується через задоволення купівельного попиту, залучення товарної маси і маси послуг у сферу обігу і наступний їх перехід у сферу споживання.

Мета оцінки потенціалу ринку полягає в характеристиці ринкових можливостей як на макро-, так і на мікрорівні. Оцінка загального потенціалу ринку потрібна кожній фірмі для аналізу власних можливостей для утримання чи завоювання ринку.

Мікропотенціал підприємства – це його виробничі чи торгові потужності, максимально можливий обсяг виробництва, збуту або товарообороту.

Споживчий потенціал характеризується місткістю ринку.

Місткість ринку – кількість (вартість) товарів, що може поглинути ринок при певних умовах за певний проміжок часу.

Самостійну роль у кон'юнктурному аналізі ринку відіграє показник насиченості. Насиченість ринку – це ступінь забезпеченості споживачів товарами. Насиченість визначається або експертними методами, або на основі вибіркового обстеження домашніх господарств. Для товарів тривалого користування цей показник розраховується балансовим методом: наявність на початок + надходження = вибуття + наявність на кінець. Вибуття визначають за нормами середньої тривалості служби товарів.

### **Тема 3. Статистичні методи дослідження ринку праці і зайнятості.**

При опануванні третьої теми варто звернути увагу на те, показники безробіття використовують для оцінки та аналізу макроекономічної політики уряду, поточного стану соціально-економічної ситуації в країні, здійснення міжнародних порівнянь, а також розроблення державних програм щодо ринку праці та моніторингу їх ефективності.

Безробіття призводить до економічного дисбалансу, породжує соціальну напруженість в країні. Тому потрібно здійснювати постійне відслідковування стану та рівня безробіття з метою запровадження низки управлінських заходів,

державних програм підтримки щодо попередження та подолання безробіття.

Безробіття є показником порушення рівноваги між пропозицією робочої сили та попитом на ринку праці. Це соціально-економічна ситуація в країні за якої певна частина працездатного населення не може реалізувати свій трудовий і творчий потенціал через обмежену кількість вакантних робочих місць або через свою неконкурентоспроможність на ринку праці.

Формування рівня і структури безробіття є основним результатом функціонування ринку праці, без якого неможливе існування ринкової економіки. Для будь-якої роботи потрібен стимул, тому, з одного боку, безробіття виступає важливим стимулятором для активності працюючого населення в різних секторах економіки, але з іншого створює цілий комплекс проблем: скорочується купівельна спроможність населення, бюджет втрачає платників податків, підприємство – персонал.

Існують різні методичні підходи до збирання інформації про безробітних, тобто до підрахунку їхньої чисельності. У нашій країні такий облік веде Державна служба зайнятості, яка реєструє населення, що звертається за допомогою у працевлаштуванні, а в разі неможливості надання роботи реєструє як безробітних. Отже, чисельність безробітних визначається за чисельністю працівників, які отримали статус безробітного.

Зупинимося на класифікації форм безробіття. Вони можуть бути відкритими або прихованими. Відкриті форми передбачають чітко виражену наявність незайнятих працездатних людей, приховані – формальну зайнятість працівника.

Розглянемо перший блок відкритого безробіття. Залежно від його природного рівня розрізняють такі форми:

— фрикційне безробіття – пов'язане з переміщенням осіб з однієї роботи на іншу, з однієї місцевості – до іншої. Отже, це своєрідна соціальна суперечність, яку розуміють як проблему пошуку підходящої роботи. Фрикційне безробіття вважається неминучим і певною мірою бажаним, тому що частина працівників, тимчасово втративши роботу, переходить з низькооплачуваної, малопродуктивної роботи на більш оплачувану і більш продуктивну;

— структурне безробіття – виникає в результаті структурних зрушень в економіці, які впливають на структуру сукупного попиту на робочу силу: на одні професії попит підвищується, на інші – падає;

— циклічне безробіття – виявляється в умовах спаду як фази економічного циклу;

— сезонне безробіття – котре спричинене існуванням виробництв, для яких характерні різкі коливання попиту на працю, що задається ритмом виробництва (будівництво, сільське господарство тощо) та «сезонним» припливом випускників навчальних закладів.

Другий блок пов'язаний з охопленням сегментів на ринку праці. Тут безробіття поділяють на такі види:

— економічне – зумовлене коливанням ринкової кон'юнктури;

- технологічне – результат модернізації виробництва;
- молодіжне – викликане дискримінацією молоді на ринку праці;
- конверсійне – визначається скороченням чисельності армії та зайнятих у галузях військового комплексу;

- жіноче та ін.

У третьому блоці безробіття поділено на такі групи:

- абсолютне – коли робочих місць менше, ніж працездатного населення;
- відносне – коли в одному місці спостерігається надмір робочої сили, а в іншому – її дефіцит, тобто невідповідність робочих місць і робочої сили за структурою.

Окремо зупинімося на прихованому безробітті, яке виявляється в таких формах:

1) вимушена неповна зайнятість – людина працює неповний робочий день або неповний робочий тиждень, маючи бажання працювати більше;

2) кваліфікаційна – людина працює не за своїм рівнем майстерності, розрядом, спеціальністю;

3) функціональна – якщо працівник, навіть зарахований на певну посаду за фахом і зайнятий цілий робочий день, не виконує своїх обов'язків, а лише присутній на робочому місці.

Середня заробітна плата – макроекономічний показник, що обчислюється як середнє арифметичне значення заробітних плат певної групи працівників (наприклад, по підприємству, по галузі, по регіону). Розраховується, виходячи із фонду оплати праці працівників (включаючи оплату праці сумісників), премій, надбавок, винагород за підсумками роботи за рік та одноразових заохочень.

У першому кварталі 2023 року середня заробітна плата становила майже 15 436 грн (річне зростання на 5,6%), у другому – 17 176 грн (25,2%).

Топ-5 галузей з найвищими заробітними платами виглядає так:

- інформація та телекомунікації – 37 542 грн;
- фінансова та страхова діяльність – 34 189 грн;
- авіаційний транспорт – 33 205 грн;
- державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування – 24 168 грн;
- професійна, наукова та технічна діяльність – 24 141 грн.

Водночас найменше у другому кварталі 2023 року платили в таких галузях національної економіки:

- функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури – 11 373 грн;
- діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг – 11 503 грн;
- освіта – 12 180 грн;
- поштова та кур'єрська діяльність – 12 804 грн;
- тимчасове розміщення й організація харчування – 13 007 грн.

Інтеграція України до загальноєвропейського простору, інтелектуалізація праці зумовлює зміни в концептуальних підходах та змісті освіти в Україні.

Проблемою для України є незбалансованість розвитку вищої освіти та ринку праці, що зумовлює, з одного боку, надлишок на ринку праці фахівців певних напрямів підготовки, а з іншого – дефіцит висококваліфікованих кадрів за окремими спеціальностями.

На сучасному етапі розвитку чітко простежується перехід до нової економіки, заснованої на знаннях. Принципово новим в умовах нової економіки є втрата домінуючої ролі фінансового капіталу у створенні багатства. Вирішальну роль став відігравати інтелектуальний і соціальний капітал.

У нових умовах необхідна освіта нового типу, випускник із новими підходами, новим баченням. Тільки за таких умов у державному апараті й економіці дедалі більшу роль будуть відігравати співробітники нового типу – інтелектуальні співробітники. Це ті співробітники розумової праці, які можуть і хочуть створювати нове (новатори). Вони не просто виконавці, а творці. Нині якісна освіта стає найважливішим пріоритетом держави.

Ринок праці є системою суспільних відносин, зокрема соціальних, юридичних – норм та інститутів, які забезпечують нормальне відтворення й ефективне використання праці, кількість і якість якої відповідним чином винагороджуються. Україні є серйозна проблема нестачі кваліфікованих спеціалістів. За умов сучасної кадрової політики ця проблема продовжує прогресувати, тому, насамперед, на вирішення цієї проблеми має бути спрямована політика держави в цьому напрямі.

В Україні є серйозна проблема нестачі кваліфікованих спеціалістів. За умов сучасної кадрової політики ця проблема продовжує прогресувати, тому, насамперед, на вирішення цієї проблеми має бути спрямована політика держави в цьому напрямі.

Сучасна вища освіта є недостатньо професійною та спеціалізованою, і, насамперед, загальною (своєрідною передумовою для подальшого професійного самовизначення). Державна політика в галузі освіти має сприяти формуванню, забезпеченню та використанню трудового потенціалу держави, упровадженню сучасних методик соціально-психологічної адаптації населення до умов ринку праці та реалізації нових підходів у професійній орієнтації та професійному навчанні молоді.

Розвиток суспільства, що базується на знаннях, можливий лише за умови інноваційного шляху побудови економіки та розвитку високотехнологічного виробництва. Для здійснення ефективного управління інноваційними процесами, розроблення та впровадження інноваційних проєктів необхідні висококваліфіковані фахівці.

Освіта, навчання і надбання досвіду є головними засобами досягнення більш високої кваліфікації, в якості якої виступають власні здібності. Практика розвинених країн свідчить, що вищий рівень освіти не тільки забезпечує вищі заробітки індивіду протягом усього трудового життя, але й зменшує можливість його виходу зі складу зайнятих, тобто загрозу стати безробітним.

#### **Тема 4. Статистика цін, тарифів та інфляції.**

При вивченні цієї теми, варто особливу увагу звернути на те, що у

ринковій економіці ціновий чинник виражає та вимірює найважливіші макро- й мікроекономічні показники, перехресщує в собі інтереси і психологію поведінки суб'єктів ринку, віддзеркалює споживчі властивості товару, ступінь його поширення, купівельну спроможність, характер та силу конкуренції, рівень державного регулювання, загальноекономічну кон'юнктуру, а також інші моменти (моду, смак, традиції). Ціна є головною складовою інфляційних процесів, засобом впливу на інвестиційну політику, важливим фактором рівня життя населення, ринку праці, обсягу та структури споживання.

Сутність ціни як грошового вираження вартості виявляється у її функціях:

— облікова функція (облік витрат, облік прибутку, облік капітальних вкладень, облік товарообороту, облік рівня рентабельності, облік ВВП, облік фондівіддачі, облік продуктивності);

— стимулююча функція (стимулювання прибутку, скорочення витрат, НТП, підвищення якості, зміна структури попиту, зміна структури пропозиції, виробництво конкурентоспроможних товарів);

— розподільча функція (між галузями економіки, між регіонами, фонди нагромадження, фонди споживання, різні соціальні групи, форми власності, вплив на пенсії і допомоги, регулювання цін);

— балансування попиту і пропозиції (вплив на попит, вплив на пропозицію, вплив на ринкові структури, вплив на виробництво);

— співвимірною функція (вимірювання платежів, доходів, трудових витрат, матеріальних витрат, прибутку, співставлення корисності товарів).

На ринку товарів та послуг ціна відіграє роль індикатора (відбиває ринкову політику й кон'юнктуру) та маркетингового регулятора (обмежує споживання ресурсів чи мотивує виробництво). Ціна виступає важелем ефективного управління та господарювання, чинником оподаткування та інвестування, інструментом конкурентної боротьби та фактором соціальної політики. Залежно від сфери товарного обігу ціни поділяють на взаємозалежні блоки, які утворюють єдину систему.

Класифікація цін:

оптові ціни на промислово продукцію:

- відпускна ціна підприємства;
- трансфертна ціна;
- оптова ціна промисловості;
- ціна біржових угод.

ціни на будівельну продукцію:

- кошторисна вартість;
- ціна за преїскурантом;
- договірною ціна.

закупівельні ціни на с/г продукцію і сировину:

- оптова ціна;
- фіксована ціна;
- вільна ціна;
- сезонна ціна.

роздрібні ціни:

- ціна продажу;
- аукціонна ціна;
- ціна споживання;
- ціна попиту.

тарифи на послуги транспорту

тарифи на комунальні та побутові послуги

ціни зовнішньоторгового обороту:

- ціна експорту;
- ціна імпорту.

Підприємства вибирають цінову стратегію з урахуванням закону попиту, цінової еластичності, витрат, психологічних аспектів сприйняття ціни, можливостей конкурентів, впливу інших учасників каналу товаропросування, законодавчих обмежень, характеристик товару тощо.

Тарифи є поширеною формою визначення цін на послуги (продукцію) виробничого та особистого споживання. Їх встановлюють на перевезення всіх видів транспорту, послуги зв'язку, послуги житлово-комунальних підприємств, служби попиту тощо, а також на енергоносії. Розрізняють тарифи внутрішні та міжнародні; ті, що використовуються у системі заробітної плати і у митній справі.

Інфляція – зростання загального рівня цін та знецінення грошей, викликане порушенням рівноваги між грошовою масою і товарним покриттям. Часто інфляція характеризується тривалим (неодноразовим) зростанням рівня цін. В інфляційному процесі паралельно діють фактори інфляційного попиту (внаслідок випуску незабезпечених товарами грошей) та зростання рівня витрат (подорожчання продукції в зв'язку із суспільними катаклізмами). Інфляція негативно впливає на життя суспільства: знецінюються результати праці, руйнуються нормальні економічні відносини, виникають перешкоди для довготермінових інвестицій та економічного зростання, гроші вкладаються у непродуктивні цінності, поширюються бартерні розрахунки, скорочуються обігові кошти, згортається виробництво. В умовах інфляції можуть виграти суб'єкти ринку, вартість капіталу яких зростає швидше, ніж вартість життя (наприклад, продавці коштовностей).

Загальноекономічна ситуація та місце цінових чинників в умовах реформування економіки України визначають завдання статистики цін. Згрупуємо їх, виходячи із цілей, що досягаються вирішенням завдань:

Вивчення кон'юнктура ринку – статистика розглядає поведінку цін як опосередковану реакцію на зміну економічної ситуації (грошову емісію, збалансованість ринку, динаміку і диференціацію доходів населення, зміну цін на взаємозалежні товари, зміну рівня якості товарів тощо).

Вивчення ціни як інструменту управління ринком статистика обґрунтовує використання економічних важелів для маркетингового регулювання, а також можливість і ступінь впливу цін на виробництво, обіг, попит.

Вивчення цін у площині маркетингового управління ціноутворенням і

державним регулюванням цін – статистика виявляє закономірності ціноутворення, зміни цін і поведінки покупців; встановлює їх вплив на рівень життя; моделює і прогнозує їх зміни.

Друга ознака класифікації концептуальних завдань статистики цін – суб'єкти (користувачі та замовники) статистичної інформації.

З позиції держави: вивчення ціни як індикатора соціально-економічної ефективності ринку, як головного складника споживчого кошика та інфляційних процесів; як чинника на ринку праці; як дефлятора для елімінування вартісних макропоказників; як регулятора бюджетного формування, грошового обігу, галузевих пропорцій.

З позиції виробника чи продавця: вивчення ціни як інструменту маркетингу; аналіз внутрішньовидових регіональних рівнів цін та їх диференціації; моделювання взаємозв'язку цін з якісними характеристиками товару, структури цін у галузі, рівнів цін альтернативних товарів чи інших субринків.

З позиції покупця: вивчення ціни як чинника індексації доходів, формування прожиткового мінімуму; визначення цінового впливу на рівень життя різноманітних соціальних груп населення; виявлення асортиментної диференціації цін як чинника вибору покупки тощо.

Перелічені вище концептуальні завдання статистики цін вирішуються за допомогою конкретних функціональних завдань.

Функціональні завдання статистики цін:

- реєстрація цін;
- аналіз рівня та структури цін;
- вивчення співвідношень цін різноманітних товарів, субринків і перехресної еластичності цін;
- оцінка, аналіз і моделювання варіації, циклічності, сезонності та регіональної відмінності цін;
- факторний аналіз і моделювання динаміки цін, їх прогнозування.

Вирішення цих завдань вимагає принципово нової системи збору інформації про ціни, вдосконалення системи показників та адаптованої до міжнародних стандартів методології їх розрахунку. Системи показників статистики цін відбиває діалектичну єдність їх аналізу в статиці, динаміці, поєднує синтетичний та аналітичний підходи до вивчення стану, взаємозв'язків і поведінки цін, містить показники різного рівня і напрямів використання.

## **Тема 5. Статистика товаропросування і товарообороту.**

Вивчення п'ятої теми передбачає вивчення категорії товаропросування. Товаропросування – це процес реального доведення товарів до споживача.

Виникнення та існування процесу товаропросування зумовлене:

- необхідністю продовження виробничого процесу за межами підприємства-виробника;

— існуванням певної територіальної відокремленості місць виробництва та місць споживання;

— наявністю часового розриву між моментом виготовлення та моментом споживання.

Об'єктами товаропросування є товари споживчого призначення і матеріально-технічного призначення, а також певна частина послуг, що носять матеріальний характер, науково-технічних, інжинірингових тощо.

Процес просування матеріальних благ здійснюється у двох формах. Транзитна форма не передбачає участі торгових посередників. Складська форма полягає у проходженні товарами проміжних складських ланок.

Ланковість товаропросування (комерційна або торгово-організаційна) – число переходів товару від одного власника до іншого. Складська ланковість – число перевезень товару з одного складу на інший.

Збільшення числа перепродажів товару порівняно з оптимальним рівнем призводить до зростання цін, уповільнення товаропросування, збільшення запасів, зменшення попиту, кризи збуту. Число ланок залежить від маркетингової стратегії підприємства-постачальника стосовно вибору каналу товаропросування.

Канал товаропросування – сукупність юридичних і фізичних осіб, що здійснюють переміщення товару, а також послідовність, в якій вони беруть участь в цьому переміщенні.

Під рівнями товаропросування розуміють торгових посередників і відповідно до них виділяють види каналів товаропросування:

— прямі канали товаропросування (канали нульового рівня): виробник – споживач;

— однорівневі канали: виробник – торговий посередник – споживач;

— багаторівневі канали: виробник – перший торговий посередник (як правило, оптовий) – другий – третій ... – споживач.

Просування товару в економічному просторі проявляється у формі товарообороту. Товарооборот – процес купівлі-продажу, обміну товару на грошовий еквівалент.

Як економічна категорія товарооборот характеризується наявністю одночасно двох ознак: об'єкта обміну та продажу як форми просування. Дуалістичний характер товарообороту виявляється в тому, що, з одного боку, він одночасно відбиває обсяг проданої (купленої) товарної маси і, відповідно, масштаб торгової діяльності, а з іншого, розмір грошової виручки торгівлі, тобто товарооборот поєднує в собі економічні та фінансові аспекти торгового процесу.

В основі формування товарообороту лежать три основних ціноутворюючих елементи: витрати на виробництво товарів, витрати на продаж (включаючи транспортування) і прибуток. Усі ці елементи оплачуються споживачем за умови відповідності товарної пропозиції купівельному попиту. Тому товарооборот можна розглядати як реалізований попит.

У кожному окремому акті купівлі-продажу, а відповідно, і в загальному

обсязі товарообороту акумулюються два компоненти: кількість проданого товару ( $q$ ) та ціна одиниці товару ( $p$ ). Їх добуток дає суму грошової виручки (товарообороту ( $O$ )), що у формалізованому вигляді відповідає виразу:

$$O = p \times q$$

Сукупний обсяг товарообороту країни включає в себе товарооборот галузей та підгалузей (ринків та субринків).

Концептуальна мета статистики товаропросування і товарообороту зводиться до збору, обробки й аналізу інформації про обсяг, структуру, динаміку купівлі-продажу товарів в цілому і на різних рівнях господарювання.

Виходячи з цієї мети, до функціональних завдань статистики товаропросування і товарообороту належать:

- збір, зведення і обробка інформації про товарооборот на рівні підприємств, каналів товаропросування, регіонів і країни;
- оцінка й аналіз окремих етапів товаропросування, його ланковості, формування та використання товарних ресурсів;
- аналіз обсягу, структури та пропорцій товарообороту;
- аналіз динаміки та тенденцій розвитку товарообороту;
- аналіз товарообороту на душу населення та процесу задоволення купівельного попиту;
- регіональний аналіз товарообороту.

З процесом товаропросування безпосередньо пов'язаний валовий товарооборот. Ця категорія характеризує участь в ринковому процесі торгових посередників.

Валовий товарооборот – загальна сума продажу товару на шляху від виробника до споживача.

Обсяг валового товарообороту включає повторний рахунок реальної вартості товару при перепродажу, тому цю категорію не застосовують для характеристики обсягу товарної маси.

Для оцінювання реального розміру товарів в каналах товаропросування визначають чистий товарооборот, тобто звільнений від повторного рахунку.

Чистий товарооборот – це сума кінцевого продажу товарів.

Кінцевий продаж означає, що дана партія товару більше в межах даної системи не продаватиметься. Продаж товарів підприємствами одного регіону для кожного з підприємств утворює чистий товарооборот, оскільки є продажем за межі системи, якою виступає окреме підприємство. Однак для регіону продаж товарів одного підприємства іншому є внутрішнім оборотом, а чистим – лише продаж споживачу чи за межі регіону.

Оптовий товарооборот – продаж товарів оптовими партіями для подальшого перепродажу чи використання в бізнесі.

В оптовій торгівлі засобами виробництва та предметами споживання використовується показник поставки як синонім оптового продажу. При продажі товарів їх передача споживачу називається відвантаженням.

Роздрібний товарооборот – це обсяг продажу товарів для кінцевого споживання.

Кінцевим споживачем головним чином виступає населення. Самостійним показником виступає дрібнооптовий товарооборот, що посідає проміжне положення між оптовим та роздрібним.

За роллю в товаропросуванні виділяють товарооборот виробників (товарна маса, що реалізована виробниками) і торгово-посередницький товарооборот (продаж торговими підприємствами).

Продаж споживчих послуг – процес їх надання в обмін на гроші, який здійснюється на спеціалізованих підприємствах, в установах чи за місцем проживання споживачів та полягає у задоволенні відповідних потреб населення.

До споживчих послуг відносять: побутові; житлово-комунальні; транспорту та зв'язку; медичні; спортивно-оздоровчих закладів; юридичні.

Товарооборот на душу населення розраховується як відношення товарообороту до середньої чисельності населення за період.

Особливе місце в процесі доведення виготовлених матеріальних цінностей із сфери виробництва у сферу споживання посідає біржова торгівля. Її специфічний характер виявляється в наступному:

- реалізуються не лише реальні (уже виготовлені) товари, а й права на товари, що будуть виготовлені в перспективі;

- операції з купівлі-продажу (еквівалентного обміну) сировини та товарів носять оптовий характер;

- вона здійснюється виключно в мережі товарних бірж.

Товарна біржа є сегментом оптового ринку з постійним місцем укладання угод за стандартними зразками та офіційним котируванням цін. Товарну біржу можна розглядати як індикатор ринку товарів (оскільки вона реагує на кон'юнктурні зміни) та як регулятор ринку (вона піддається цілеспрямованій дії з боку учасників біржового процесу).

Ефективне функціонування біржі потребує вивчення процесів, які на ній відбуваються. Визначальна роль у цьому належить статистиці. Статистика покликана розробляти систему необхідних показників, а також факторів, що визначають товарооборот, відповідні закономірності та тенденції з метою виявлення резервів і прогнозування подальшого розвитку товарних бірж.

## **Тема 6. Статистика товарних запасів і товарооборотності.**

Вивчаючи цю тему, необхідно зазначити, що необхідною умовою неперервності як виробничого процесу, так і здійснення торговельних операцій у невиробничій сфері (на складах торгових і збутових організацій, у роздрібній торговій мережі тощо) є наявність товарної маси, яка призначена для реалізації тобто запасів товарів. Запаси товарів – наявність відповідних матеріальних ресурсів, до яких належать засоби виробництва, предмети споживання, інші цінності, необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування сфери нематеріального виробництва і задоволення потреб населення».

Запаси товарів утворюють засоби виробництва і споживчі товари, які перебувають у сфері обігу у вигляді готової продукції на складах підприємств-

виробників, на оптових торгових підприємствах, на підприємствах роздрібно́ї торгівлі та на шляху від однієї з перелічених ланок до іншої. Основна їх роль – забезпечення неперервності процесу відтворення, а також реалізація додаткової вартості.

Економічна наука класифікує запаси товарів за рядом ознак.

До виробничих запасів відносять засоби виробництва на складах підприємства, організації, а також будови для забезпечення безперебійного виробничого процесу, які постійно перебувають в обігу і поповнюються.

Страхові (гарантійні) запаси – це запаси на підприємствах і в організаціях важливих видів сировини, матеріалів, енергоносіїв на випадок перебоїв у їх поповненні.

У сільськогосподарських підприємствах створюють запаси насіння і кормів на випадок загибелі посівів або несприятливих природних умов. Страхові запаси у звичайних умовах є недоторканими і використовуються лише тоді, коли виникає загроза виробничому процесу.

Збутові запаси це запаси готової продукції для реалізації, яка перебуває на складах підприємств, базах збутових і торгових організацій. Вона вийшла із сфери виробництва, але ще не надійшла до споживача.

Отже, функціонування товарного ринку вимагає наявності На кожен момент часу в каналах товаропросування товарних запасів.

Товарні запаси – це сукупність призначених для продажу товарів у формі оборотного капіталу торгових підприємств.

Просуваючись каналами ринку, товарна маса може змінювати свою форму, переходячи із статичної форми товарного запасу в динамічну форму товарообороту. Наочно трансформацію форм товарних запасів у процесі товаропросування можна зобразити рис. 1.

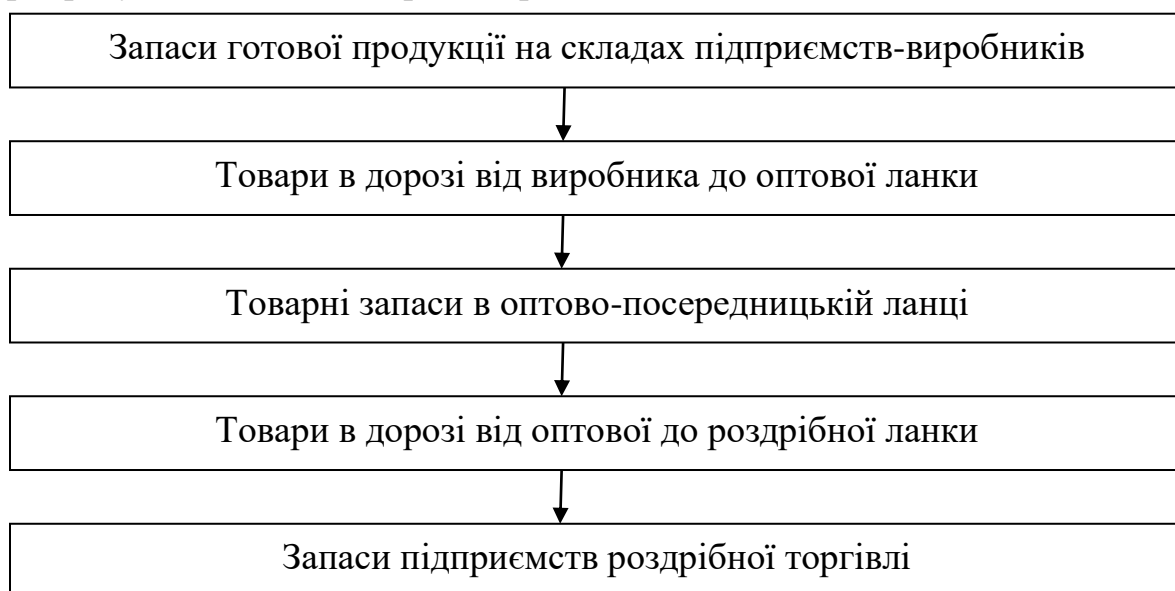


Рис. 1. Форми товарних запасів сфери обігу

Товарні запаси, гнучко реагуючи на зміни у збалансованості ринку, використовуються в якості кон'юнктурного індикатора. Вони дозволяють

також за допомогою різних заходів приводити у відповідність пропорції ринку і тому виступають його регулятором. Загальний обсяг товарної маси в каналах просування є синтетичним показником, який акумулює в собі обсяги товарних запасів окремих товарів і товарних груп.

Досліджуючи мотиви, що спонукують до створення запасів, можна виділити наступний їх перелік:

- асиметричність ритму реалізації та виробництва товарів.
- сезонні коливання виробництва та споживання окремих видів товарів.
- варіативність розміщення виробництва і районів споживання товарів.
- необхідність перетворення виробничого асортименту в торговий.
- утворення страхових резервів.

Будь-яку іншу причину, що спонукує до створення запасів, можна віднести до одного з наведених вище мотивів і, таким чином, можна стверджувати, що у кінцевому рахунку, спонукальним мотивом є одержання прибутку.

Оборот товару – це одиничний, завершений акт зміни його власника шляхом придбання, трансформації у товарний запас і продажу.

Поведінку процесу товарооборотності зумовлюють чинники:

- співвідношення між попитом і пропозицією;
- споживчі якості товарів та їх асортимент;
- організація надходження товарів;
- географічні особливості місцевості та умови транспортування.

Товарні запаси й товарооборотність як явища, що підлягають кількісній оцінці, є предметом вивчення статистики ринку. Завдання статистики ринку в даному аспекті зорієнтовані на забезпечення маркетингу достовірною, вичерпною інформацією, на визначення закономірностей стану і поведінки товарних запасів, перебігу процесу товарооборотності на ринку. Вони полягають:

- у відслідковуванні товарних запасів і товарооборотності як у цілому, так і в розрізі окремих товарів чи товарних груп;
- в аналізі обсягу, рівня й структури товарних запасів;
- у дослідженні динаміки, виявленні й прогнозуванні тенденцій розвитку товарних запасів і товарооборотності;
- у факторному аналізі показників товарооборотності;
- у визначенні відхилення фактичних запасів від оптимального розміру тощо.

Оперативне вирішення завдань статистики товарних запасів і товарооборотності допомагає суб'єктам ринку контролювати ритмічність надходжень, вибирати найефективніші шляхи товаропросування, оптимізувати терміни зберігання товарної маси й сприяє підвищенню ефективності їх господарювання.

## **Тема 7. Статистика ринкової інфраструктури.**

Вивчаючи сьому тему, необхідно акцентувати увагу на тому, що процес

функціонування ринку товарів та послуг потребує значних витрат живої й уречевленої праці для забезпечення товаропросування. Для цього існує система державних, приватних та громадських інститутів (організацій і установ), а також технічних засобів, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію та регулюють рух товарно-грошових потоків. В економічній літературі цю систему об'єднують категорією інфраструктура ринку, виділяючи її види:

— організаційно-технічна (товарні біржі й аукціони, торгові доми і торгові палати, холдингові й брокерські компанії, інформаційні центри та ярмарки, сервісні центри, асоціації підприємців і споживачів, транспортні комунікації і засоби оперативного зв'язку);

— фінансово-кредитна (інституції, що здійснюють мобілізацію тимчасово вільних грошових ресурсів, перетворюють їх у кредити, а потім і в капіталовкладення: банки, фондові і валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій);

— науково-дослідницька (інститути з вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, навчальні заклади).

Інфраструктура ринку товарів та послуг – це сукупність підгалузей та засобів, які організаційно й матеріально забезпечують основні ринкові процеси.

Функціональне призначення інфраструктури товарного ринку полягає у забезпеченні нею нормального перебігу основних комерційно-господарських операцій: пошуку торговельних партнерів, товаропросування, обміну товарів на гроші. Її особливістю є допоміжний характер, який обумовлює недоцільність самостійного функціонування інфраструктури поза межами ринку товарів та послуг. Це, проте, аж ніяк не свідчить про її другорядність. Розвинена інфраструктура в цивілізованих економічних системах значно спрощує товаропросування від виробника до споживача, прискорює товарооборотність, підносить рівень сфери обміну.

До інфраструктури ринку включають передусім матеріально-технічний потенціал, що використовується для зберігання, транспортування і продажу товарів, допоміжні служби, трудовий контингент, а також виробничу матеріальну базу ресторанного господарства й сфери послуг.

Інфраструктура в цілому та її елементи як явища, що можуть бути виміряні та кількісно виражені, є предметом статистичного вивчення. Статистика ринкової інфраструктури вивчає масові явища і процеси її формування й функціонування. Державна статистика відслідковує дані інфраструктури ринку як частини національного багатства і виробничого потенціалу країни і публікує їх у щорічниках та довідниках. Зокрема, Державною службою статистики України періодично готуються статистичні дані, які стосуються демографічної та соціальної статистики (населення та міграція; ринок праці; освіта; охорона здоров'я; доходи та умови життя; соціальний захист; культура; правосуддя та злочинність); економічної статистики (діяльність підприємств; послуги; основні засоби; сільське господарство; промисловість; будівництво; транспорт; туризм; зовнішньоекономічна діяльність; ціни; наука, інновації; навколишнє природне

середовище); багатогалузевої статистичної інформації (цілі сталого розвитку; регіональна статистика).

Концептуальним завданням статистики ринкової інфраструктури є оцінка її стану, можливостей та ефективності використання. Конкретні завдання статистики ринкової інфраструктури полягають в наступному:

- зборі інформації про інфраструктуру ринку;
- оцінці й аналізі чисельності, типології, складу, розміру, пропускної здатності, розміщення підприємств торгівлі та сфери послуг, визначенні й аналізі чисельності споживачів;
- характеристиці і аналізі основних засобів підприємств збуту, торгівлі, громадського харчування та сфери послуг;
- дослідженні якості обслуговування споживачів, інноваційних процесів та технічного забезпечення підприємств;
- характеристиці й аналізі трудового контингенту та транспортного обслуговування підприємств ринкової сфери.

Систему показників статистики інфраструктури товарного ринку утворюють:

- число підприємств, що здійснюють продаж товарів і послуг, їх структура, розмір, пропускна здатність, типи, види та щільність;
- матеріально-технічний потенціал (транспортні засоби, обладнання, механізми, засоби зв'язку, комп'ютерна техніка тощо);
- характеристики основних засобів підприємств торгівлі та сфери послуг, їх частка в загальному обсязі виробничих основних засобів;
- чисельність працівників (за категоріями, спеціальностями, посадами) усього та на одне підприємство, 1 м<sup>2</sup> площі; товарооборот на одного працівника.

Відповідно до Господарського кодексу України підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної торговельної, іншої господарської діяльності.

Підприємство торгівлі як основна ланка ринку товарів та послуг, володіючи власним чи орендованим приміщенням, виконує функції торгівлі і здійснює купівлю-продаж товарів (надання послуг).

Потужність підприємства торгівлі та сфери послуг характеризується його розміром, чисельністю працівників та обсягами обороту.

Розмір роздрібного підприємства торгівлі (послуг) визначається торговою площею (площею залу), підприємства ресторанного господарства - числом місць для обслуговування, складів площею та об'ємом, ринків - площею та числом торгових місць.

З розміром підприємства безпосередньо пов'язаний показник пропускної здатності. Пропускна здатність підприємств торгівлі й сфери послуг визначається числом покупців (клієнтів), котрі обслуговуються за певний час.

## **Тема 8. Статистика соціально-економічної ефективності ринку товарів та послуг.**

Вивчаючи дану тему, слід підкреслити, що поняття «ефект» походить від латинського *effectus*, що означає дію, результат, наслідок чогось. Ефект проявляється у двох формах. Товарна форма виражається у натуральних чи вартісних вимірниках і є величиною додатною. Господарська форма ефекту (прибуток) є величиною додатною або від'ємною.

Під ефективністю як соціально-економічною категорією розуміють співвідношення результатів та витрат. Досягнення ефективності означає одержання максимальних результатів на одиницю витрат або забезпечення мінімізації витрат на одиницю результатів.

Специфіка функціонування ринку товарів та послуг полягає в тому, що, обслуговуючи процес обігу товарів, торговельна діяльність одночасно носить і виробничий характер. Результати виробничої діяльності сфери обігу на рівні підприємств, організацій та галузей, що обслуговують ринкові процеси, оцінюються показником валової доданої вартості, який відображає їх внесок у створення валового внутрішнього продукту (ВВП). Тому система показників ефективності функціонування ринку товарів та послуг як комплексної категорії має містити показники соціальних та виробничих результатів. Соціальні результати функціонування ринку товарів та послуг виявляються у задоволенні попиту населення, покращенні рівня життя, скороченні часу на закупівлю та підготовку до використання товарів. Показники виробничої діяльності товарного ринку відбивають внесок кожної ланки в досягнення кінцевих результатів господарювання та забезпечують співставлення показників ефективності ринку товарів та послуг із показниками інших галузей та сфер національної економіки.

Систему зведених показників ефективності функціонування ринку утворюють блоки показників:

- ефективності поточних витрат;
- ефективності витрат живої праці;
- ефективності минулої праці;
- ефективності інвестицій у сферу товарного обігу.

Показники ефективності витрат дозволяють визначити, скільки коштує для суспільства реалізація одиниці ВВП, який обсяг валової доданої вартості отримано з кожної одиниці витрат живої (уречевленої праці) чи з одиниці матеріальних трудових ресурсів сфери товарного обігу.

За економічною сутністю поточні витрати у сфері товарного обігу являють собою вартість живої та уречевленої праці, а за натуральним складом спожиту частину матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. У складі поточних витрат виділяють: витрати обігу; собівартість робіт (послуг) виробничого характеру, наданих за межами підприємства; собівартість продукції, що виробляється; витрати на здійснення позареалізаційних операцій надання майна в оренду, фінансові інвестиції, проведення претензійної діяльності тощо.

Ефективність витрат попередньої праці характеризується показниками фондovіддачі (відношення товарообороту або валової доданої вартості до середньорічної вартості основних засобів) та рентабельності (відношення прибутку чи товарообороту або до основних фондів або до витрат обігу).

Під капітальними витратами розуміють інвестиції у сферу товарного обігу, результатом яких є приріст важливої частини соціально-економічного потенціалу країни основних засобів цієї сфери. Ефективність інвестування сфери товарного обігу статистика оцінює показниками:

- чиста теперішня вартість проєкту – різниця між величиною теперішньої вартості грошового потоку від реалізації проєкту та інвестиційними витратами на проєкт:

- рентабельність проєкту – відношення теперішньої вартості грошового потоку від реалізації проєкту до інвестиційних витрат на проєкт:

- термін окупності – відношення інвестиційних витрат на проєкт до середнього розміру грошового потоку, який надходить впродовж одного часового періоду (місяця, кварталу, року).

Під доходами згідно Положень (стандартів) бухгалтерського обліку розуміють збільшення економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу, за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників.

Економічна вигода – це потенційна можливість отримання підприємством грошових коштів від використання активів.

Під витратами підприємств розуміють зменшення економічних вигод у вигляді активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (окрім зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками).

Концептуальна мета статистики доходів, витрат і результатів господарювання підприємств полягає у виявленні кількісних і якісних процесів, під впливом яких вони формується та змінюються; зв'язків між ними, закономірностей і тенденцій їх розвитку, а також факторів, під впливом яких складаються співвідношення між ними. Конкретні завдання статистики в цьому аспекті можуть бути сформульовані наступним чином: збір і опрацювання статистичної інформації; оцінка й аналіз обсягу, рівня, структури, динаміки показників доходів, витрат та прибутків; виявлення та моделювання чинників, що зумовлюють зміни доходів, витрат та прибутків підприємств та прогнозування тенденцій їх розвитку.

Витрати обігу – це сукупні витрати живої та уречевленої праці, які забезпечують обіг продуктів і послуг.

За своєю сутністю вони являють собою собівартість послуг торговельного підприємства щодо доведення товарів від виробника до споживача. На відміну від складу витрат на виробництво продукції, де об'єктом прикладання праці є сировина та матеріали, в торгівлі об'єктом прикладання праці є товар, який у процесі обміну перетворюється на гроші, при цьому вартість товару не входить до собівартості торговельної послуги.

Завдання статистики витрат обігу полягають у відслідковуванні,

характеристиці й аналізі стану та динаміки обсягу, структури, суми та відносного рівня витрат, вивченні впливу факторів на їх зміну, оцінці ефективності витрат і їх похідних елементів.

Прибуток підприємства виконує функції:

- оціночну – полягає в тому, що прибуток використовується як оціночний показник, котрий характеризує ефект господарської діяльності підприємства;
- розподільчу – виявляється в тому, що прибуток використовують як інструмент розподілу чистого доходу суспільства на частину, що акумулюється в бюджет різних рівнів та залишається в розпорядженні підприємства;
- стимулюючу – визначається тим, що прибуток є джерелом формування фондів заохочення, виробничого та соціального розвитку, виплати дивідендів, пайового тощо.

## **Тема 9. Статистика зовнішньої торгівлі.**

При вивченні дев'ятої теми слід акцентувати увагу, що економічна й соціальна сутність зовнішньоекономічних зв'язків виявляється у їх значенні для розвитку національної економіки, у вирішенні завдань внутрішньої та зовнішньої політики і передусім у зростанні ефективності суспільного виробництва. Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміють діяльність вітчизняних та іноземних суб'єктів господарювання, що заснована на взаємовідносинах або на території України, або за її межами.

Статистика, досліджуючи зовнішньоекономічні зв'язки, формує базу даних, яка всебічно характеризує стан економічних відносин з іншими державами. Ця інформація використовується для аналізу явищ та процесів у сфері міждержавних відносин, для прийняття стратегічних рішень.

Стан та процеси у ЗЕД статистика характеризує з кількісного боку за різними ознаками на основі макроекономічних показників, які уможливають виявлення певних закономірностей, що проявляються в динаміці явища, структурних його зрушеннях, розподілі одиниць сукупності чи у взаємній залежності ознак.

Дані статистики ЗЕД використовують державні та регіональні органи влади як підґрунтя розробки програм чи проектування траєкторій розвитку економіки в цілому та зовнішньоекономічної сфери зокрема. Користувачами даних статистики ЗЕД виступають, також безпосередні суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності. Інформаційна база статистики ЗЕД використовується в аналітичних цілях при контролі наповнення бюджету країни, при регулюванні міждержавних потоків (товарів, пасажирів, коштів тощо).

Окрім забезпечення зацікавлених організацій та осіб інформацією про стан і розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, завдання статистики полягають у розробці методів розрахунку системи взаємопов'язаних показників, що характеризують динаміку та структуру ЗЕД. Важливим завданням є також аналіз чинників, що зумовлюють основні тенденції розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Для ефективного управління зовнішньоекономічними зв'язками, прийняття торгово-політичних рішень необхідні дані, які комплексно відображають розвиток зовнішньоторговельних операцій держави і насамперед розвиток зовнішньої торгівлі.

Статистика зовнішньої торгівлі вивчає рух товарів через кордон, виконує облік виконаних робіт та послуг. Крім того, її завданнями є розробка системи показників, які характеризують розміри, динаміку і структуру зовнішньої торгівлі, аналіз факторів, що обумовлюють основні тенденції їх розвитку, а також вивчення взаємозв'язків між показниками зовнішньої торгівлі та іншими показниками економічної діяльності держави, порівняльний аналіз показників зовнішньої торгівлі різних країн. Статистика зовнішньої торгівлі збирає й аналізує дані, які характеризують обсяг товарообороту з іншими державами; стан торговельного балансу; обсяг експорту й імпорту та зміни в їх товарній структурі; географічний розподіл зовнішньоторговельного обороту.

Показники статистики зовнішньої торгівлі використовують в аналітиці економічних зв'язків з іншими країнами, пропорційності зовнішньої торгівлі, тенденцій зміни експортно-імпортних операцій. Важливим напрямом застосування статистичних даних про зовнішню торгівлю є регулювання товаропотоків за допомогою митно-тарифних чинників. Дані зовнішньоторговельної статистики використовується також при аналізі та контролі митних платежів до бюджету України.

Тому проблема забезпечення достовірності статистичних даних у сфері зовнішньої торгівлі набуває особливої актуальності.

У статистиці зовнішню торгівлю характеризують головним чином наступними показниками.

Експорт країни – характеризує обсяг загального експорту країни.

Імпорт країни – характеризує обсяг загального імпорту країни.

Експортна квота – спосіб обмеження пропозиції товарів на експорт, запобігання зниження експортних цін, а отже, і заходів від експорту. Квотування експорту може спрямовуватися на забезпечення пропозиції товару всередині країни для недопущення надмірного підвищення цін на нього на внутрішньому ринку.

Імпортна квота – характеризує значимість імпорту для країни і окремих видів діяльності. Це одна із форм нетарифних обмежень ввезення товару у країну. Може накладатися або на окремі види товару, або на загальну масу товарів країни. Існує 2 види імпоротної квоти: абсолютна – встановлена кількість товарів, дозволених для ввезення, і тарифна – дозвіл на ввезення конкретного товару протягом визначеного періоду зі сплатою мита за пониженою ставкою.

Зовнішньоторговельний оборот – характеризує загальний обсяг експортного та імпортного потоків.

Сальдо зовнішньої торгівлі – характеризує переважання обсягу експорту чи імпорту.

Зовнішньоторговельна квота – характеризує частку зовнішньоторговельного обороту у ВВП.

Питома вага експорту (імпорту) країни в загальному обсязі – характеризує географічну структуру зовнішньої торгівлі.

Ступінь залежності країни від зовнішньої торгівлі – характеризує питому вагу зовнішньоторговельного обороту у ВВП.

Набуття Україною членства в СОТ стало запорукою розвитку внутрішньої торгівлі за рахунок забезпечення гарантованого доступу до світових ринків товарів, робіт, послуг. Однак діяльність України на лібералізованому ринку не гарантує автоматичного збільшення обсягів зовнішньої торгівлі.

Платіжний баланс – це статистична система для відображення, економічних операцій, що реалізуються між даною країною та іншими країнами протягом певного періоду часу.

Платіжний баланс дає докладну характеристику зовнішньоекономічного стану країни на макрорівні. Він складається на базі міжнародних статистичних стандартів в галузі зовнішньоекономічних зв'язків.

Економічні операції здійснюються між інституційними одиницями. Інституційні одиниці даної країни називаються резидентами, а всі решта нерезидентами. Операція визначається як економічний потік, який є результатом взаємодії інституційних одиниць і відображає створення, перетворення, обмін, передачу або зникнення економічних цінностей.

## **6. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

Самостійна робота здобувача передбачає написання реферату за темами дисципліни «Статистика ринку». Робота над рефератом ставить за мету отримання навичок науково-дослідницької роботи, в процесі якої здобувачі мають навчитись самостійно працювати з економічною літературою, науковими публікаціями вітчизняних та зарубіжних вчених, використовувати законодавчо-правову базу, аналізувати статистичні дані, узагальнювати отриману інформацію та логічно викладати свої думки з приводу того чи іншого питання.

Структура реферату має включати:

- вступ, у якому автор(ка) має розкрити актуальність обраної теми та основні завдання дослідження;
- основну частину, яка складається з двох-трьох розділів;
- висновки, що містять стисле викладення основних результатів роботи;
- список використаної літератури, у тому числі законодавчих та нормативних актів (перелік джерел надається в алфавітному порядку у відповідності з правилами бібліографічного оформлення).

Зауважимо, що реферат виконується здобувачем (здобувачкою) самостійно. Обсяг реферату визначено в межах 10-15 сторінок друкованого тексту з міжрядковим інтервалом 1,5; шрифт Times New Roman (Times New Roman Cyr) № 14 на аркушах паперу формату А4 (210×297 мм) з одного боку

аркуша. На сторінках залишаються береги таких розмірів: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє та нижнє – 20 мм.

Реферат повинен обов'язково містити теоретичні основи досліджуваної проблеми та включати аналітичну оцінку статистичного матеріалу, що її характеризує. Стил ь викладу матеріалу в рефераті має бути науковим, з дотриманням стилістичних і граматичних норм. Обов'язково необхідно навести в рефераті ілюстрації: таблиці, схеми, графіки, діаграми тощо. При написанні реферату здобувач(ка) має не лише систематизувати теоретичний та фактичний матеріал, але проявити творчий підхід до аналізу та визначення шляхів розв'язання реальних проблем у межах обраної теми.

Виступаючи з рефератом на семінарському занятті, здобувач(ка) має стисло обґрунтувати актуальність обраної теми, викласти суть питання, зосередити увагу на дискусійних та проблемних аспектах, висловити власне бачення можливостей розв'язання тих чи інших проблем. При цьому необхідно вільно володіти матеріалом і бути готовим надати повну та ґрунтовну відповідь на запитання викладача та здобувачів групи.

До здобувачів висуваються вимоги досконалого володіння матеріалом, повного розкриття теми реферату, використання інформації за відповідний рік статистичних збірників «Статистичний щорічник України»; детального аналізу усіх аспектів досліджуваної проблеми (тенденцій, причин та наслідків) з обов'язковим посиланням на використані літературні джерела та наявністю конкретних пропозицій і прогнозів; наявності доцільного, кваліфіковано виконаного та оформленого ілюстративного матеріалу; вірних відповідей на питання викладача та здобувачів групи.

## **7. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ**

1. Агропродовольча продукція в товарному експорті України в умовах війни.
2. Безробіття в Україні та світі: стан і перспективи.
3. Використання економіко-статистичного аналізу ринкових процесів у менеджменті.
4. Методологічні проблеми визначення цифрових робочих місць на ринку праці України.
5. Місце і роль статистики в економічних дослідженнях.
6. Особливості застосування статистично-економетричних підходів до управління управлінських рішень.
7. Ринок праці в країнах Євросоюзу: статистичний аспект.
8. Статистика і тенденції функціонування соціальних мереж.
9. Статистична інформація як чинник впровадження інклюзивності в закладах освіти.
10. Статистичне оцінювання впливу освіти на зміну пропозиції трудових ресурсів на ринку праці.
11. Статистичне оцінювання енергетичного ринку України.

12. Статистичні дослідження туризму в умовах сталого розвитку.
13. Статистичні дослідження як інформаційно-аналітична база прийняття та реалізації управлінських рішень.
14. Статистичні методи контролю якості як інструмент дослідження даних.
15. Статистичні підходи до оцінювання купівельної активності населення.
16. Статистичні підходи до порівняльного аналізу рівня заробітної плати з основними державними соціальними стандартами.
17. Статистичний аналіз екологічного стану регіонів України.
18. Статистичний аналіз економічних показників підприємницької діяльності в Україні.
19. Статистичний аналіз ризиків довгострокового безробіття на ринку праці України.
20. Статистичний аналіз ринку праці в Україні.
21. Статистичний аналіз розвитку світового ринку електронної торгівлі.
22. Статистичний аналіз та прогнозування складових національного валютного ринку в умовах вступу в Україну.
23. Статистичне дослідження ринку праці ЄС.
24. Статистичні підходи до порівняльного аналізу рівня заробітної плати з основними державними соціальними стандартами.
25. Удосконалення системи управління підприємством на основі статистичного аналізу його діяльності.

## **8. ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ «СТАТИСТИКА РИНКУ»**

1. Місце статистики ринку в системі наук, її об'єкт, предмет та завдання.
2. Сфера послуг в контексті статистичних досліджень.
3. Система показників статистики ринку.
4. Показники статистики ринку в системі національних рахунків.
5. Інформаційна база статистики ринку.
6. Поняття кон'юнктури ринку, завдання статистичного вивчення, система показників та інформаційні джерела.
7. Статистичні оцінки ринкової ситуації.
8. Розрахунок і аналіз потенціалу ринку.
9. Статистика пропозиції та купівельного попиту.
10. Статистика безробіття та зайнятості в секторах економіки.
11. Середня заробітна плата в розрізі галузей і регіонів.
12. Взаємозв'язок освіти та кваліфікації і безробіття.
13. Гендерні аспекти та їх відображення в статистиці ринку праці.
14. Соціально-економічна сутність цін, інфляції та завдання статистичного вивчення.
15. Принципи та методи відслідковування цінових чинників.
16. Статистика рівня та структури цін.
17. Економічна сутність та завдання статистики товарообороту та

- товаропросування.
18. Категорії товарообороту в системі показників статистики ринку товарів та послуг.
  19. Статистичне вивчення ланковості товаропросування.
  20. Способи аналізу виконання договірних зобов'язань поставки.
  21. Основні показники товарообороту товарних бірж.
  22. Поняття товарних запасів і товарооборотності, завдання їх статистичного вивчення.
  23. Показники статистики товарних запасів і товарооборотності.
  24. Методи аналізу оптимальності, стану й зміни товарних запасів.
  25. Поняття інфраструктури ринку, завдання статистичного вивчення та система показників.
  26. Оцінка й аналіз числа, структури та динаміки мережі підприємств.
  27. Статистика основних засобів підприємств торгівлі та сфери послуг.
  28. Аналіз наявності та використання трудового контингенту ринкової сфери.
  29. Статистичне вивчення інновацій та якості обслуговування в торгівлі та сфері послуг.
  30. Сутність, система показників та завдання статистики ефективності функціонування товарного ринку.
  31. Поняття доходів та витрат суб'єктів господарювання, завдання їх статистичного вивчення.
  32. Статистика витрат обігу.
  33. Статистика прибутку й рентабельності підприємств.
  34. Сутність зовнішньоекономічної діяльності, завдання її статистичного вивчення та система показників.
  35. Зміст, цілі та показники статистики зовнішньої торгівлі.
  36. Поняття про митну статистику, її об'єкти спостереження, категорії та особливості статистичного обліку.
  37. Статистика платіжного балансу.

## **9. ЛІТЕРАТУРА, РЕКОМЕНДОВАНА ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

1. Галіцин В.К., Луняк І.В., Галіцина О.В. Статистичні підходи до порівняльного аналізу рівня заробітної плати з основними державними соціальними стандартами. *Ефективна економіка*. 2023. №7. URL: DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.7.10>
2. Гальків Л.І., Лутчин Н.П., Москаль Б.С. Економічна статистика. Навч. посібник. 2-ге вид., випр. і доповн. – Львів: «Новий світ – 2000», 2001. – 400 с.
3. Герасименко С.С., Герасименко В.В. Безробіття в Україні та світі: стан і перспективи. *Статистика України*. 2023. № 1. С. 77-85.
4. Городянська Л.В., Сизов А.І. Статистика для економістів: навчальний посібник. Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, військовий ін-т, каф. фінансового забезпечення військ. – К.: [Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка], 2019. – 350 с.

5. Єріна А. М. Економічна статистика : підручник : у 2 ч. – Ч. 1. Макроекономічна статистика / [І. Г. Манцуров, А. М. Єріна, О. К. Мазуренко та ін.] ; за наук. ред. чл.-кор. НАНУ І. Г. Манцура. – К. : КНЕУ, 2013. – 325, [с.
6. Єрмоленко О. А., Лисьонкова Н. М. Соціально-економічна статистика: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2023. – 92 с.
7. Жерліцин Д.М., Тищенко М.М. Статистичний аналіз ризиків довгострокового безробіття на ринку праці України. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 44. С. 227-232.
8. Захарова О.В. Міжнародна економічна статистика: навчальний посібник / О.В. Захарова. – Маріуполь: МДУ, 2014. – 148 с.
9. Коваль С.П. Методологічні проблеми визначення цифрових робочих місць на ринку праці України. *Статистика України*. 2022. № 3-4. С. 135-142.
10. Корепанов О.С., Лазебник Ю.О., Чала Т.Г., Корнієнко В.В. Статистичний аналіз та прогнозування складових національного валютного ринку в умовах вторгнення рф в Україну. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 31-39.
11. Кухарик В.В. Статистичне дослідження ринку праці ЄС у 2007–2019 рр. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 32. С. 30-34.
12. Маначинська Ю.А. Статистика ринку товарів та послуг. Навчальний посібник. Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. 2013. 215 с.
13. Мармоза А.Т. Практикум з теорії статистики: Навчальний посібник. – 3-є видання, виправлене. / А. Т. Мармоза.– К. : Ельга, Ніка-Центр, 2007. – 348 с.
14. Мармоза А.Т. Статистика: Підручник. / А. Т. Мармоза. – К. : Ельга, КНТ, 2009. – 896 с.
15. Методологічні положення зі статистики. – К.: Держкомстат України, 2002. – Вип. 1 (за сприяння проекту ТАСІС).
16. Підгорний А.З., Самоєнкова О.В. Статистика ринку товарів і послуг: Навчальний посібник. Одеса: ОДЕУ, 2008. – 238 с.
17. Сагер Л.Ю., Сигида Л.О., Решетняк Я.В., Шевченко К.В. Статистичний аналіз розвитку світового ринку електронної торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 4. С. 132-137.
18. Самоєнкова О. В., Ольвінська Ю. О. Економічна статистика: Навчальний посібник. Видання друге, перероб. та доп. – Одеса : ФОП Гуляєва В. М., 2020. – 276 с.
19. Смоквіна Г.А., Сібіковська А.О., Кваша К.С. Статистичний аналіз ринку праці в Україні та країнах ЄС у контексті сталого розвитку. *Економіка. Фінанси. Право*. 2023. № 4. С. 54-58.
20. Статистика : навчальний посібник / О. В. Раєвнева, І. В. Аксьонова, О. І. Бровко ; за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. В. Раєвневої. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 389 с.
21. Статистика ринків : методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 051 “Економіка” першого (бакалаврського) рівня

[Електронний ресурс] / уклад. І.А. Серова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 49 с.

22. Тарлопов І.О. Статистичне оцінювання енергетичного ринку: методичний аспект. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 25. С. 128-132.

23. Тарлопов І.О. Статистичне оцінювання впливу освіти на зміну пропозиції трудових ресурсів на ринку праці. *Економіка. Фінанси. Право*. 2022. № 11. С. 22-25.

24. Хижнякова Н.О. Використання економіко-статистичного аналізу ринкових процесів у менеджменті та маркетингу. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. 2022. Вип. 1. С. 67-76.

25. Христенко О.А. Статистика ринку: опорний конспект лекцій / О.А. Христенко, І. Г. Крилова. – Миколаїв : МНАУ, 2017 – 100 с.

26. Чала Т.Г., Прядко Ю.В., Славута О.І. Статистичне моделювання розвитку енергетичного ринку в регіонах України. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 151-157.

СТАТИСТИКА РИНКУ  
Методичні рекомендації до вивчення дисципліни для бакалаврів  
спеціальності 073 Менеджмент

Автор:

*Заярнюк Олексій Васильович*

канд. екон. наук., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності Центральноукраїнського національного технічного університету