

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки
до виконання курсових робіт
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D7 «Торгівля»
денної та заочної форм навчання

Київ 2026

УДК 339.3
Е45

Укладачі: Л.М. Алавердян, канд. екон. наук, доцент;
О.В. Романенко, канд. екон. наук, доцент

Рецензент Р.А. Дименко, д-р екон. наук, професор

Відповідальний за випуск П.В. Захарченко, канд. техн. наук,
професор

*Затверджено на засіданні кафедри товарознавства та
комерційної діяльності в будівництві, протокол № 13 від 11 березня
2026 року.*

В авторській редакції.

Економіка торгівлі : методичні вказівки до виконання курсових робіт
Е45 / уклад. : Л.М. Алавердян, О.В. Романенко. – Київ : КНУБА, 2026. – 32 с.

Містить зміст та основні рекомендації для написання курсових робіт, завдання, порядок виконання, вимоги до оформлення та змісту структурних частин курсової роботи, а також орієнтовну тематику.

Призначено для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D7 «Торгівля» денної та заочної форм навчання.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до чинних навчальних планів здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D7 «Торгівля» виконується курсова робота з дисципліни «Економіка торгівлі» на третьому році денної та заочної форм навчання.

Курсова робота – це самостійна письмова робота, яка є підсумком теоретичної та практичної підготовки, а також формою контролю знань та навичок здобувача. Курсова робота дозволяє виявити здатність здобувача систематизувати отримані теоретичні знання з дисципліни, самостійно осмислити та дослідити певну проблемну ситуацію, здійснити науково-методичне та практичне узагальнення проблеми, запропонувати власні варіанти її вирішення. Вона базується на вивченні законодавчих актів, що регулюють діяльність торговельних підприємств, літературних джерел, зборі статистичних та практичних матеріалів і проведенні власних експериментальних досліджень.

Мета курсової роботи – поглибити та узагальнити отримані теоретичні знання з дисципліни «Економіка торгівлі», навчитися застосовувати теоретичні знання в практичних рішеннях питань економіки торговельних підприємств.

У процесі виконання курсової роботи здобувач повинен самостійно знайти та вивчити літературу, яка визначається у процесі обрання теми; проаналізувати статистичні дані, що ілюструють діяльність підприємства в динаміці; показати вміння вирішувати економічні завдання, використовуючи вивченні теоретичні положення для розв'язання конкретних питань економіки та організації діяльності торговельного підприємства згідно теми курсової роботи.

Основні вимоги до курсової роботи:

- актуальність та практична спрямованість теми;
- чітка характеристика об'єкта, предмета, мети і методів дослідження;

- науковий підхід до вивчення та критичний аналіз теоретичного матеріалу згідно теми;
- використання сучасних методичних підходів та існуючого досвіду досліджень з даної проблеми;
- обґрунтування та узагальнення результатів, формування висновків та практичних рекомендацій.

Обсяг курсової роботи має бути в межах 40 – 50 сторінок друкованого тексту формату А4 (шрифт – 14 Times New Roman через 1,5 інтервал) без урахування додатків і списку літератури. Поля повинні бути: верхнє – 2 см, нижнє – 1,5 см, лівє – 2,5 см, правє – 1,5 см.

Під час написання курсової роботи здобувач має виконати ряд завдань:

- вивчити та дослідити теоретичний матеріал згідно обраної теми;
- з'ясувати основні аспекти проблеми, розглянути різні точки зору;
- розкрити обрану тему шляхом написання узагальненої теоретичної частини за результатами опрацьованого матеріалу;
- навести загальну характеристику господарсько-фінансової діяльності досліджуваного підприємства;
- здійснити аналіз показників, що відповідають темі курсової роботи з використанням різноманітних методів, які наведено в спеціальній літературі з економіки торгівлі;
- запропонувати власні рішення щодо усунення виявлених недоліків в роботі торговельного підприємства та використання виявлених резервів згідно обраної теми дослідження;
- зробити висновки.

З метою забезпечення своєчасного виконання завдань з підготовки курсової роботи, весь процес розбивають на декілька взаємозалежних етапів. Основними етапами виконання курсової роботи є:

- 1) затвердження теми і складання плану курсової роботи;
- 2) вивчення та аналіз літературних джерел з теми, їх узагальнення;
- 3) збирання практичного матеріалу і проведення економічних досліджень, їх обробка;

- 4) написання та оформлення курсової роботи;
- 5) здача керівнику для перевірки;
- 6) захист курсової роботи.

ВИБІР ТЕМИ. СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ

Здобувач може обрати тему після обговорення та затвердження її керівником. Перелік запропонованих тем курсових робіт наведено у дод. А. Здобувачі заочної форми навчання вибір теми курсової роботи здійснюють з урахуванням напрямів своєї практичної діяльності, можливостей використання статистичної звітності підприємств та організацій, де вони працюють, але відповідно до тематики, яка пропонується кафедрою. Здобувач заочної форми навчання може запропонувати тему самостійно, але узгодити її з керівником курсової роботи.

В якості об'єкта дослідження доцільно обирати середні та великі торговельні підприємства, які мають достатню номенклатуру продукції та обсяги продажів у вартісному виразі для виконання якісного аналізу та надання повноцінних рекомендацій. В порядку виключення курсову роботу можна виконати за узгодженням із завідувачим кафедрою – на умовних даних.

Після визначення теми та погодження плану роботи з керівником здобувач отримує документ – завдання на курсову роботу за підписом керівника (дод. Б).

Структура курсової роботи

Титульний аркуш є першою сторінкою курсової роботи і містить дані, наведені у дод. В.

Зміст курсової роботи розташовують безпосередньо після титульного аркушу, починаючи з нової сторінки. До змісту включають:

- вступ;
- послідовно перелічені назви всіх розділів, пунктів і підпунктів (якщо вони мають заголовки);

- висновки та пропозиції;
- список використаних джерел;
- назви додатків.

Проти кожного пункту змісту вказують номер сторінки, з якої він починається.

Зразок плану курсової роботи, який є основою для формування змісту курсової роботи, наведено у дод. Г.

ВИМОГИ ДО СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ОСНОВНОЇ ЧАСТИНИ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Вступ.

Коротко розкривається сутність і сучасний стан проблеми, її значущість, обґрунтування актуальності (доцільності) висвітлення теми, дається характеристика об'єкта дослідження, визначається мета і завдання курсової роботи (2 – 3 с.). Актуальність теми та важливість роботи для розвитку економічних дисциплін та сучасної практики економічного розвитку України обґрунтовують на основі критичного аналізу та порівняння з відомими розв'язаннями проблеми. У вступі чітко формулюється мета курсової роботи, вказується об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт дослідження визначають відповідно до поставленої мети. Об'єктом дослідження може бути галузь (підгалузь) національного господарства, торговельне підприємство чи його підрозділи тощо. Предмет дослідження визначають відповідно до вибраної теми курсової роботи і спрямовують дослідницьку роботу на поглиблене вивчення тієї частини відносин функціонування об'єкта, яка дає можливість досягти мети і сформулювати узагальнені висновки та пропозиції. Завданнями курсової роботи виступають теоретичні напрацювання та задачі аналітичних досліджень.

Вступ розташовують на окремій сторінці.

Наскрізний приклад оформлення вступу (фрагмент на основі теми: «Економічне обґрунтування ефективності омніканальної моделі продажу торговельного підприємства» на матеріалах умовного підприємства: ТОВ «Торговий дім «Економіст» – роздрібною мережі з 3 фізичними магазинами в м. Київ та власним інтернет-магазином. Період аналізу: 2024–2025 роки.

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний розвиток роздрібною торгівлі в Україні характеризується стрімким зростанням онлайн-продажів та зміною поведінки споживачів, які дедалі частіше обирають багатоканальні моделі покупок. Омніканальна модель, що передбачає безшовну інтеграцію фізичних магазинів, інтернет-магазину, мобільного додатку та маркетплейсів, дозволяє підвищити лояльність клієнтів, збільшити товарообіг та оптимізувати витрати. Особливої актуальності це питання набуває в умовах війни, коли споживачі потребують гнучкості (доставка, самовивіз, резервація товару).

Об'єкт дослідження: господарсько-фінансова діяльність ТОВ «Торговий дім «Економіст».

Предмет дослідження: економічна ефективність омніканальної моделі продажу підприємства.

Мета роботи: обґрунтувати економічну доцільність впровадження омніканальної моделі продажу та розрахувати її вплив на фінансові результати торговельного підприємства.

Завдання:

- Розкрити теоретичні основи омніканальної торгівлі.
- Проаналізувати динаміку товарообігу за різними каналами збуту.
- Розрахувати економічний ефект від впровадження заходів (Click & Collect, єдина система лояльності).

Методи дослідження: економіко-статистичний, порівняльний аналіз, розрахунково-конструктивний, графічний.

Суть основної частини курсової роботи викладають, поділяючи матеріал на розділи. Рекомендований зміст курсової роботи передбачає наявність чотирьох основних розділів, назва яких конкретизується згідно обраної теми курсової роботи:

1. Сутнісні та теоретико-методичні основи категорій та явищ (теоретичний розділ).
2. Характеристика господарсько-фінансової діяльності підприємства (оглядовий розділ).
3. Аналіз обраного об'єкта дослідження або економічних явищ, що вивчаються (аналітичний розділ).
4. Розроблення пропозицій з усунення недоліків в роботі об'єкта дослідження, використання резервів, що виявилися в аналітичному розділі (проектний розділ).

Розділи можуть поділятися на підрозділи, пункти, підпункти. Кожний пункт і підпункт повинен містити закінчену інформацію.

У розділах основної частини наводять:

Перший (теоретичний) розділ (2 – 3 питання) – теоретичні основи проблеми, що розглядається. Даний розділ передбачає глибоке і всебічне розкриття сутності проблеми, а також характеристику структури, можливих видів, завдань, функцій об'єктів і явищ, що досліджуються. У разі використання в курсовій роботі матеріалів інших авторів необхідно робити посилання на авторів і джерела відповідно до списку використаних джерел. Обсяг першої частини має бути у межах 20 – 25 % від загального обсягу основної частини роботи.

Другий (оглядовий) розділ має розглядати такі питання: місце розташування підприємства та форму власності; організаційну структуру підприємства; характеристику продукції в розрізі асортиментних груп; джерела ресурсного забезпечення підприємства; ринки збуту та обсяги реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); торгові посередники; конкуренти компанії; споживачі продукції (товарів, робіт, послуг); основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємства, аналіз яких наводиться в динаміці за останні два – три роки. Їх слід звести до таблиці,

форма якої розробляється здобувачем і узгоджується з керівником (приклад аналітичної табл. 2.1). Обсяг другого розділу має бути у межах 10 – 15 % від загального обсягу основної частини роботи.

Таблиця 2.1

**Основні показники господарсько-фінансової діяльності ТОВ
«Торговий дім «Економіст» за 2024–2025 рр.**

№	Показник	2024 р.	2025 р.	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %
1	Чистий дохід від реалізації, тис. грн	12 500	15 200	+2 700	+21,6
2	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	8 750	10 640	+1 890	+21,6
3	Валовий прибуток (п.1 – п.2), тис. грн	3 750	4 560	+810	+21,6
4	Витрати на збут, тис. грн	1 800	2 280	+480	+26,7
5	Адміністративні витрати, тис. грн	950	1 100	+150	+15,8
6	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	1 000	1 180	+180	+18,0
7	Чистий прибуток, тис. грн	800	950	+150	+18,8
8	Рентабельність продажів (п.6 / п.1 × 100%), %	8,0	7,8	-0,2	—
9	Чиста рентабельність (п.7 / п.1 × 100%), %	6,4	6,3	-0,1	—

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства (Форма №2).

Короткий висновок до таблиці:

За 2025 рік чистий дохід підприємства зріс на 21,6% (на 2 700 тис. грн). Однак рентабельність продажів незначно знизилась (з 8,0% до 7,8%), що свідчить про випереджаюче зростання витрат на збут (+26,7%). Це обґрунтовує необхідність оптимізації каналів збуту, зокрема впровадження омніканальних рішень.

Третій (аналітичний) розділ (2 – 3 питання) повинен містити аналіз існуючого стану об'єкта та предмета дослідження, аналіз практики роботи підприємств та організацій із зазначенням методів дослідження (математичні, графічні, теорії ймовірності, теорії ігор, економетрії, імітаційного моделювання та ін.). Аналіз необхідно проводити на підставі самостійно зібраних здобувачем даних:

- статистичних (дані Державної служби статистики України, довідники, дані місцевого управління статистики та ін.);
- первинних (прейскурант цін, договір, рахунок-фактура, накладна, чек, цінник та ін.);
- звітних (Звіт про фінансові результати Форма №2, Звіти з продажу, Оборотно-відомості, звіти підприємств про фінансово-господарську діяльність та ін.).

Доцільно аналітичні розробки ілюструвати діаграмами, графіками, схемами.

Обсяг третього розділу має бути у межах 30 – 35 % від загального обсягу основної частини роботи.

Четвертий (проектний) розділ (2 – 3 питання) повинен включати перелік практичних заходів, націлених на вдосконалення господарсько-фінансової діяльності об'єкта дослідження, напрями для підвищення ефективності його діяльності, обґрунтування шляхів вирішення наявних проблем. Здобувач має обґрунтувати свої пропозиції за допомогою розрахунків – показати планове (прогнозне) збільшення обсягів продажу, прибутку, підвищення рентабельності бізнесу, ефективності окремих

напрямів чи бізнес-одиниць. Враховуючи специфіку окремих тем, доцільно розробити рекомендації з усунення недоліків в роботі підприємства, використання виявлених резервів. Пропозиції з удосконалення діяльності підприємства повинні бути конкретними та обґрунтованими відповідними розрахунками економічного ефекту та ефективності. Отримані результати доречно представити в табличній формі (табл. 4.1).

Даний розділ має містити самостійні конкретні розробки здобувача. Обсяг четвертого розділу має бути у межах 25 – 30 % від загального обсягу основної частини роботи.

Приклад розрахунку економічної ефективності

Пропозиція 1: Впровадження послуги «Click & Collect» (замовлення онлайн – самовивіз у магазині).

Вихідні дані:

- Кількість замовлень на місяць (прогноз) – 300 од.
- Середній чек – 1 200 грн.
- Економія на доставці (порівняно з кур'єром) – 50 грн/замовлення.
- Додаткові витрати: навчання персоналу + зона видачі – 15 000 грн (одноразово).

Розрахунок:

1. Додатковий товарообіг за рік:
 $300 \text{ замовл.} \times 12 \text{ міс.} \times 1\,200 \text{ грн} = 4\,320\,000 \text{ грн.}$
2. Економія на доставці за рік:
 $300 \times 12 \times 50 = 180\,000 \text{ грн.}$
3. Додатковий чистий прибуток (якщо рентабельність продажів 8%):
 $4\,320\,000 \times 0,08 = 345\,600 \text{ грн.}$
4. Загальний економічний ефект (прибуток + економія – витрати):
 $345\,600 + 180\,000 - 15\,000 = 510\,600 \text{ грн / рік.}$
5. Простий термін окупності:
 $15\,000 / (510\,600 / 12) \approx 0,35 \text{ місяця} (\approx 10 \text{ днів}).$

Висновок: запровадження «Click & Collect» є економічно доцільним, оскільки дає додатковий ефект **понад 500 тис. грн на рік** за мінімальних початкових інвестицій.

Пропозиція 2: Запровадження єдиної системи лояльності (онлайн + офлайн)

Вихідні дані:

Кількість активних клієнтів – 5 000 осіб.

Прогнозоване зростання частоти покупок – на 15%.

Середня частота покупок зараз – 4 рази на рік.

Середній чек – 800 грн.

Витрати на впровадження (CRM-система, навчання) – 120 000 грн.

Розрахунок:

Поточний річний товарообіг від активних клієнтів:

$$5\,000 \times 4 \times 800 = 16\,000\,000 \text{ грн.}$$

Додатковий товарообіг після впровадження (+15% частоти):

$$5\,000 \times (4 \times 1,15) \times 800 = 18\,400\,000 \text{ грн.}$$

Приріст товарообіг:

$$18\,400\,000 - 16\,000\,000 = 2\,400\,000 \text{ грн.}$$

Додатковий чистий прибуток (рентабельність 6,3% за 2025 р.):

$$2\,400\,000 \times 0,063 = 151\,200 \text{ грн.}$$

Термін окупності:

$$120\,000 / 151\,200 \approx 0,79 \text{ року } (\approx 9,5 \text{ місяців}).$$

Висновок: система лояльності окупується менш ніж за рік і дає додатковий прибуток понад **150 тис. грн щорічно**.

5. Зведена таблиця ефективності запропонованих заходів (до проєктного розділу)

Таблиця 4.1

Економічна ефективність запропонованих заходів для ТОВ «Торговий дім «Економіст»

№	Захід	Додатковий товарообіг, тис. грн	Додатковий чистий прибуток, тис. грн	Витрати на впровадження, тис. грн	Термін окупності, міс.
1	Click & Collect	4 320	345,6 + економія 180	15	0,35
2	Єдина система лояльності	2 400	151,2	120	9,5
Разом	6 720	676,8	135	—	

Загальний висновок: комплексне впровадження омніканальних заходів дозволить підприємству додатково отримати **понад 6,7 млн грн товарообігу та близько 677 тис. грн чистого прибутку** за загальних витрат 135 тис. грн. Середній термін окупності – менше 1 року.

Висновки та пропозиції

У висновках необхідно узагальнити результати дослідження, охарактеризувати практичні рекомендації, виходячи зі змісту роботи. Висновки мають бути стислими та відображати результати виконаних завдань курсової роботи, акцентувати увагу на найбільш важливих результатах та практичних пропозиціях. Текст висновків за своїм логічним змістом повинен поділятися на пункти.

Приклад оформлення висновків (фрагмент)

ВИСНОВКИ

1. У результаті аналізу господарсько-фінансової діяльності ТОВ «Торговий дім «Економіст» встановлено, що за 2024–2025 роки чистий дохід зріс на 21,6%, однак рентабельність продажів знизилась на 0,2 в.п. через випереджаюче зростання витрат на збут.
2. Частка онлайн-каналів збуту зросла з 20% до 28,9%, що підтверджує необхідність розвитку омніканальної моделі.
3. Запропоновано впровадження послуги «Click & Collect» та єдиної системи лояльності. Розраховано, що ці заходи забезпечать додатковий чистий прибуток у розмірі 676,8 тис. грн за загальних витрат 135 тис. грн. Термін окупності проєктів становить від 0,35 до 9,5 місяців.
4. Рекомендовано впровадити запропоновані заходи в першому півріччі 2027 року з подальшим моніторингом зростання LTV клієнта.

Список використаних джерел

Під час виконання курсової роботи слід звернути увагу на належне оформлення списку використаної літератури. Складання списку використаних джерел є важливим обов'язковим елементом наукової роботи. Він певною мірою є вираженням наукової етики та культури наукової праці.

Список використаних джерел відображає роботу автора зі збору та аналізу літератури, дозволяє зробити висновок про ступінь фундаментальності проведеного дослідження і охоплює документи, використані у процесі написання наукової роботи. Будь-яка курсова робота

супроводжується списком літератури, складати який необхідно за певними правилами. Перелік джерел, на які є посилання в основній частині роботи, наводять у кінці тексту роботи, починаючи з нової сторінки. У відповідних місцях тексту мають бути посилання.

Перелік використаних джерел (бібліографічний опис документів) здійснюється згідно зі стандартами, які прийняті в Україні, зокрема:

1. Міждержавний «ДСТУ 7.1:2006. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

Режим доступу: <http://zounb.zp.ua/resource/GOST/index.html>.

Він є базовим для системи стандартів, правил та методичних посібників зі складання бібліографічного опису.

2. ДСТУ 3582:2013. Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень в українській мові. Загальні вимоги та правила. (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). На заміну ДСТУ 3582-97.

3. Під час оформлення бібліографічних посилань слід дотримуватись «ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання», що вступив в дію 01.07.2016.

3.5. Додатки

За необхідності до додатків може бути включений допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття роботи:

- додаткові ілюстрації або таблиці;
- зразки поточної документації та звітності;
- матеріали, які через великий обсяг, не можуть бути внесені до основної частини.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ КУРСОВИХ РОБІТ

Курсова робота виконується і оформлюється здобувачем згідно з вимогами цих методичних вказівок. Джерелами інформації для написання курсової роботи є науково-методичні матеріали, законодавча та

нормативна бази, статистичні та поточні дані підприємств і організацій, за матеріалами яких виконується робота.

Курсова робота має бути літературно, грамотно, технічно правильно та акуратно оформлена. Заголовки в змісті повинні співпадати з заголовками в тексті. В додатках містяться складні та громіздкі таблиці, розрахунки, які органічно не вписуються в текст, а також інші допоміжні матеріали. В тексті мають бути відповідні пояснення та посилання на наявність таких матеріалів в додатках.

На всі таблиці та рисунки в тексті мають бути посилання. Таблиці та рисунки повинні мати свою нумерацію в межах розділів та назву (виходячи із наведених в таблиці даних). Наприклад, текстова заміна діаграми (табл. 3) має бути показана в роботі у вигляді рис. 3.1.

Таблиця 3

Текстові дані для побудови діаграми

Канал збуту	2024 р.	2025 р.	Частка в 2025 р., %
Фізичні магазини (офлайн)	10 000	10 800	71,1
Власний інтернет-магазин	1 500	2 700	17,8
Маркетплейс Rozetka	800	1 200	7,9
Соціальні мережі (Instagram)	200	500	3,2
Разом	12 500	15 200	100

Назва рисунка повинна міститися після рисунка, наприклад:

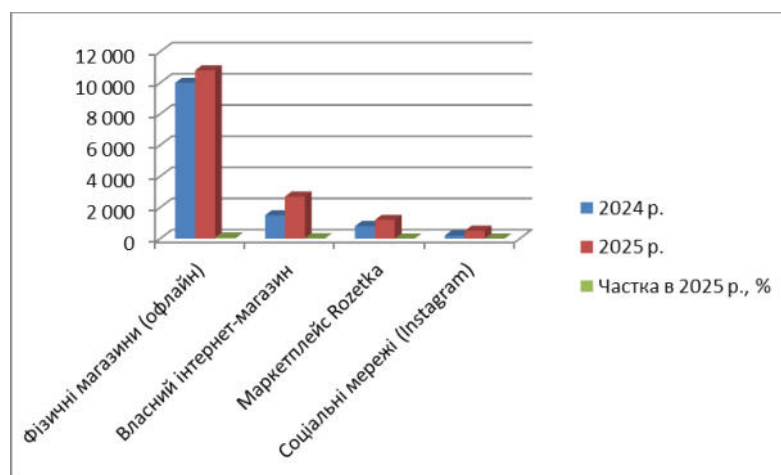


Рис. 3.1. Динаміка товарообігу ТОВ «Торговий дім «Економіст» за каналами збуту у 2024–2025 рр., тис. грн

Висновок до рисунка:

Найбільший приріст товарообігу у 2025 р. забезпечив власний інтернет-магазин (+80% до попереднього року) та соціальні мережі (+150%). Частка онлайн-каналів зросла з 20% до 28,9%. Це підтверджує доцільність розвитку омніканальної моделі.

В назві таблиці, графіка, діаграми повинен бути відображений основний зміст ілюстрованого матеріалу. Правильна побудова статистичних таблиць є важливим чинником успішного опрацювання і аналізу статистичних таблиць.

У процесі складання статистичних таблиць слід дотримуватися таких основних правил їх побудови та оформлення:

1. Таблиця має бути компактною і містити лише ту інформацію, яка безпосередньо характеризує об'єкт дослідження.

2. Назва таблиці, заголовки рядків і граф мають бути стислими, чіткими і лаконічними. У назві таблиці вказується об'єкт, його часова та географічна ознаки. Крім загальноприйнятих скорочень одиниць вимірювання (т., кВт, грн тощо), скорочення слів у заголовках не допускається; іноді для них виділяється окрема графа. Якщо назви окремих граф (рядків) повторюються, мають однакові терміни або однаковий зміст, то їх доцільно об'єднати спільним заголовком.

3. Для забезпечення можливості порівняння статистичних даних, які характеризують розвиток явищ за визначені періоди часу, або за станом на якийсь момент часу, макет статистичної таблиці має бути узгоджений з існуючими таблицями.

4. У таблиці обов'язково слід вказати одиниці вимірювання показників. Якщо одиниця вимірювання однакова для всіх показників таблиці, то вона вказується у загальній назві таблиці або над верхнім правим кутом таблиці; якщо одиниці вимірювання різноманітні, то їх назви вказують в заголовках рядків або граф таблиці, а інколи в окремо наведеній спеціальній графі.

5. Рядки в підметі і графи в присудку, як правило, нумерують: графу з назвою підмета позначають літерою алфавіту, інші – номерами. Це

доцільно для роботи у великих за змістом таблицях або у випадках наведення методики розрахунку показників з посиланням на номери граф і рядків таблиці.

6. Для зручності читання та роботи числа в статистичній таблиці необхідно ставити в середині граф, безпосередньо одне під одним: одиниці під одиницями, кома під комою.

7. Точно дотримуватись таких умовних позначень щодо відсутності даних у таблиці відповідно до причин:

- якщо клітинка таблиці не може бути заповнена, ставиться знак – «х»;
- коли відомості про явище відсутні, ставиться три крапки – «...»;
- відсутність самого явища позначається тире « – »;
- дуже малі числа записуються (0,0) або (0,00).

8. Кількісні показники в межах однієї графи повинні наводитися з однаковою точністю, тобто до 0,1, до 0,01, до 0,001.

9. Таблиці повинні бути замкненими, тобто з підсумковими результатами. Виняток становлять аналітичні таблиці, в яких підсумків може не бути.

10. Інформація, що міститься в рядках (графах) таблиці, передусім групової чи комбінаційної, узагальнюється підсумковим рядком «Разом» або «У цілому за сукупністю», який завершує статистичну таблицю; якщо підсумковий рядок розміщується першим, то деталізація його подається за допомогою словосполучень «у тому числі» або «з них».

11. Якщо потрібна додаткова інформація, певні уточнення цифрових даних, то до таблиці додається примітка.

Робота має бути старанно відредагована та написана без виправлень. Всі сторінки слід пронумерувати. Порядковий номер сторінки ставиться в правому верхньому куті. Нумерація сторінок розпочинається з титульного аркуша і закінчується списком використаної літератури. На останній сторінці роботи здобувач ставить свій підпис та дату закінчення роботи. Курсова робота, яка оформлена з порушенням зазначених вимог, не рецензується незалежно від її змісту.

Завершена робота подається на кафедру та захищається у встановлений термін, передбачений графіком виконання курсових робіт. Невчасно подана на перевірку курсова робота вважається академічною заборгованістю.

Якщо курсова робота не відповідає завданню або виконана не за методичними вказівками, то таку роботу керівник до захисту не допускає. Керівник зобов'язаний у встановлений термін перевірити курсову роботу.

Якщо курсова робота має серйозні недоліки, то вона повертається здобувачеві для повної або часткової переробки.

Захист курсової роботи відбувається перед комісією, яка складається з двох викладачів кафедри, до початку або в період заліково-екзаменаційної сесії (для здобувачів заочної форми навчання). У процесі захисту курсової роботи здобувач коротко повідомляє основні положення і результати роботи, дає пояснення по суті зауважень, відповідає на запитання членів комісії.

Під час вирішення питання про оцінку курсової роботи після її захисту береться до уваги, окрім виконаної роботи, вміння здобувача пов'язувати теоретичні знання з практикою, логічно мислити, змістовно відповідати на поставлене питання. Диференційована оцінка з курсової роботи виставляється у залікову книжку. У випадку неповного або невчасного виконання курсової роботи здобувачем, йому у відомості записується «незадовільно». Якщо здобувач після перевірки курсової роботи був допущений керівником до захисту, але не з'явився на захист, то під час закриття відомості проти прізвища такого здобувача викладач робить запис «не з'явився». Рішення про академічну заборгованість у такому випадку приймає декан.

ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Типові помилки під час виконання курсової роботи зведено до табл. 4

Таблиця 4

№	Типова помилка	Як уникнути
1	Відсутність посилань на джерела в тексті	Оформлювати посилання за ДСТУ 8302:2015
2	Перевищення обсягу теоретичної частини	Дотримуватись 20–25%
3	Таблиці без одиниць вимірювання	Завжди вказувати грн, %, тис. од.
4	Відсутність динаміки (лише один рік)	Аналізувати мінімум 2–3 роки
5	Курсову роботу виконано не за планом, затвердженим керівником	Перед початком роботи обов'язково узгодити та затвердити план у керівника. Не змінювати структуру без повторного узгодження
6	Абзац складається з одного речення	Кожен абзац має містити 3–5 речень , які розкривають одну завершену думку
7	Таблиця наведена без попереднього посилання в тексті	Спочатку зробити посилання (наприклад: «У таблиці 2.1 наведено динаміку...»), потім розмістити таблицю
8	Таблиця наведена, але відсутній її аналіз (висновок)	Після кожної таблиці обов'язково навести 1–2 речення висновку (що показують дані, яка тенденція)
9	У розділі 1 (теоретичному) недостатньо посилань на літературу	На кожній сторінці першого розділу має бути не менше 4 посилань на використані джерела
10	У списку джерел відсутні іноземні видання	Додати до списку 2–3 іноземних джерела (статті, підручники, аналітичні звіти) і зробити на них посилання в тексті
11	Відсутній підсумковий висновок по підрозділу	Кожен підрозділ завершувати окремим абзацом-висновком , де узагальнюється основна думка
12	Порушено оформлення: абзаци, таблиці, шрифти, нумерація сторінок, рисунків	Керуватися методичними рекомендаціями до виконання курсової роботи (поля, шрифт 14, 1,5 інтервал, наскрізна нумерація)
13	Рисунки, схеми скопійовані з інтернету (не оригінальні)	Усі рисунки, діаграми, схеми будувати самостійно в Word (засобами графіки або Excel)
14	У тексті згадано авторів, але їхніх праць немає у списку джерел	Якщо називаєте автора (наприклад, «Алопій В.В. зазначає, що...»), то його праця обов'язково має бути у списку літератури і мати посилання

15	Невідповідність обсягів між підрозділами (різниця більш ніж ± 1 сторінка)	Планувати підрозділи так, щоб їх обсяг був приблизно однаковим (відхилення не більше 1 сторінки)
16	Зміст підрозділу не відповідає його назві (пишеться «про будь-що»)	Чітко дотримуватися теми підрозділу. Перед написанням скласти план розкриття саме цього питання
17	Підрозділ починається одразу з таблиці або рисунка (без вступу)	Кожен підрозділ розпочинати зі вступного абзацу (2–3 речення), де пояснюється актуальність та важливість порушених питань
18	Розділ 4 (проектний) не пов'язаний з проблемами, виявленими в розділах 1–3	Пропозиції в розділі 4 мають безпосередньо вирішувати проблеми , знайдені в теоретичному та аналітичному розділах
19	Висновки не відповідають завданням, відсутня нумерація висновків	Писати вступ і висновки одночасно (або після завершення всієї роботи). Кожне завдання → окремий нумерований висновок. Кількість завдань = кількість висновків

ЗАХИСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Здобувач має виконати курсову роботу і подати її на кафедру в термін, передбачений графіком навчального процесу.

Виконана курсова робота спочатку реєструється на кафедрі та передається викладачу – керівнику на перевірку. Викладач ретельно перевіряє роботу та у разі відповідності курсової роботи всім вимогам допускає здобувача до її захисту. Якщо робота не відповідає темі, завданню та вимогам до курсової роботи, викладач повертає роботу з позначкою «на доопрацювання».

У цьому випадку викладач не допускає здобувача до захисту та встановлює строки усунення недоліків. Тільки після доопрацювання з урахуванням зауважень викладач допускає роботу до захисту.

Захист курсової роботи проводиться комісією у складі керівника та одного-двох викладачів у терміни, передбачені розпорядженням по кафедрі.

Під час захисту курсової роботи здобувач має продемонструвати глибокі знання досліджуваної теми, вміти чітко викладати власні думки, використовувати ілюстративний матеріал, аргументовано відповідати на питання.

Оцінювання курсової роботи здійснюється за національною шкалою – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» та за шкалою ECTS (табл. 5).

Таблиця 5

Критерії оцінювання курсової роботи

Оцінка	ECTS	Вимоги
«Відмінно»	A	Повне розкриття теми, глибокий аналіз, обґрунтовані пропозиції, бездоганне оформлення, вільний захист
«Добре»	B – C	Хороший аналіз, незначні недоліки, впевнений захист
«Задовільно»	D – E	Тема розкрита частково, є помилки в аналізі, слабкий захист
«Незадовільно»	F	Тему не розкрито, відсутній аналіз або пропозиції, захист не складено

У випадку, якщо здобувач не захистив курсову роботу, він вважається не атестованим з даної дисципліни і не допускається до іспиту.

Захищені курсові роботи передаються на кафедру, де вони зберігаються згідно з вимогами до такого виду документів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Підручники:

1. Гонtareва Ірина В'ячеславівна. Підприємництво : підручник / І.В. Гонtareва. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. – 392 с.
2. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Л.Л. Ковальської та проф. І.В. Кривов'язюка. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. – 700 с.
3. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2021. – 767 с.
4. Теорія і практика торговельно-економічних переговорів : підручник / В. П. Залізнюк. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – 356 с.
5. Цифрова економіка : підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. – Київ : НАУ, 2022. – 200 с.
6. Марченко В.М. Основи підприємницької діяльності : підручник / за ред. В. М. Марченко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. – 515 с.
7. Шалева О.І. Електронна комерція : підручник / О.І. Шалева, Т.В. Григорчук. – Київ : Центр учбової літератури, 2024. – 312 с.
8. Сотник І.М. Сталий розвиток торгівлі : підручник / І.М. Сотник, Л.М. Таранюк, Л.Г. Мельник. – Суми : Університетська книга, 2023. – 360 с.
9. Апопій В.В. Організація торгівлі : підручник / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький ; 3-тє вид., перероб. та доп. – Київ : Центр учбової літератури, 2025. – 650 с.

Навчальні посібники:

1. Економіка та організація підприємницької діяльності в торгівлі : навчальний посібник / Н.В. Сментина, Д.А. Антонюк, О.І. Вівчар. – Одеса : ОНЕУ, 2024. – 280 с.
2. Економіка та організація торговельних підприємств : практикум. Навч. посібник / М.В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, С.С. Матієнко та ін. ; за наук. ред. д.е.н., проф. М.В. Семикіної. – Кропивницький : Видавець Лисенко В.Ф., 2020.

3. Економіка торговельного підприємства: навч. посіб. / Н.А. Мазур, І.В. Семенець, І.А. Лопашук. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. [Електронний підручник] Нестеренко В.Ю., Деділова Т.В., Юрченко О.В., Токар І.І. Економіка будівництва : навчальний посібник. – Харків : ХНАДУ, 2021. – 224 с.
4. Болтянська Л.О. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. / Л.О. Болтянська, Ю.О. Прус, М.А. Терещенко. – Мелітополь : Люкс, 2022. – 175 с.
5. Дмитрієв І.А. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. – Харків : ФОП Бровін О.В., 2020. – 340 с.
6. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. – 240 с.
7. Економіка підприємства (торгівля) : навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська. – Київ : Кондор, 2023. – 290 с.

Інформаційні ресурси:

1. Господарський кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. № 436-15. Редакція від 06.11.2017р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. № 2755-17. Редакція від 10.09.2017р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» : затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 / Міністерство фінансів України // Офіційний вісник України від 09.06.2000 – 2000 р., № 21, стор. 99, стаття 871.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99 № 87 / Міністерство фінансів України // Офіційний вісник України, від 09.07.1999 р., № 25, стор. 335.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати» : затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99 № 87 / Міністерство фінансів України // Офіційний вісник України, від 09.07.1999 р., № 25, стор. 343.
8. Національний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля». Терміни та визначення понять ДСТУ 4303: 2004. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dtkt.com/natsionalniy-standart-ukrayini-dstu-4303-2004-rozdribna-ta-optovatorgivlya/>.

Інтернет-ресурси:

1. Верховна Рада України: офіційний веб-портал URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Інститут бюджету та соціально-економічних досліджень: офіційний сайт. URL: www.ibser.org.ua
3. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій : URL: <http://www.ier.com.ua/>
4. Бібліотека КНУБА URL: <http://www.library.knuba.edu.ua>
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
6. Національний інститут стратегічних досліджень. Наукові публікації, інформаційний сервер. URL: <http://www.niss.gov.ua/>
7. Держстат України. URL: [http://www. https://stat.gov.ua/uk](http://www.stat.gov.ua/)

Орієнтовна тематика курсових робіт

1. Економічне обґрунтування ефективності омніканальної моделі продажу торговельного підприємства.
2. Економічна ефективність впровадження CRM-систем та інструментів Big Data у ритейлі.
3. Економіка роботи торговельного підприємства на маркетплейсах (Rozetka, Prom тощо).
4. Оптимізація витрат торговельного підприємства в умовах інфляції та нестабільності логістичних ланцюгів.
5. Облік і контроль товарних запасів підприємства та ефективність їх використання.
6. Трансформація системи управління персоналом торговельного підприємства в умовах дефіциту трудових ресурсів.
7. Гнучкі системи оплати праці та KPI як інструмент підвищення прибутковості ритейлу.
8. Оцінка стану, руху та ефективності використання основних засобів торговельного підприємства.
9. Аналіз обсягу та структури капіталу торговельного підприємства.
10. Планування витрат торговельного підприємства.
11. Аналіз поточних витрат торговельного підприємства.
12. Аналіз доходів через управління клієнтським капіталом (LTV) та програмами лояльності.
13. Планування формування та розподілу прибутку торговельного підприємства.
14. Оцінка ефективності діяльності торговельного підприємства.
15. Оцінка конкурентоспроможності торговельних мереж через розвиток Власних Торгових Марок (BTM).
16. Конкурентоздатність торговельного підприємства в сучасних умовах та шляхи її підвищення.

17. Аналіз фінансового стану торговельного підприємства.
18. Оцінка фінансової стійкості торговельного підприємства.
19. Фінансово-майновий стан торговельного підприємства та методи його оцінки.
20. Торговельне підприємство на ринку товарів та послуг.
21. Ринкове середовище господарювання торговельних підприємств.
22. Державне регулювання діяльності торговельних підприємств.
23. Асортиментна політика торговельного підприємства та методичні основи її розробки.
24. Управління товарними запасами в умовах інтеграції офлайн та онлайн каналів збуту.
25. Сучасний стан та особливості формування товарних запасів торговельного підприємства.
26. Рентабельність торговельного підприємства та шляхи її підвищення.
27. Джерела фінансування діяльності торговельного підприємства.
28. Управління факторами розвитку торговельного підприємства.
29. Конкуренція торговельних підприємств.
30. Роль цифрових активів та бренду у формуванні ринкової вартості торговельного підприємства.
31. Фінансові результати діяльності торговельних підприємств та шляхи їх оптимізації.
32. Стратегії забезпечення економічної стійкості торговельного підприємства в умовах воєнного стану та енергетичних викликів.
33. Прибутковість торговельного підприємства та шляхи її підвищення.
34. Управління товарообігом підприємства в умовах зміни структури споживчого попиту.
35. Прогнозування конкурентоспроможності торговельного підприємства.

36. Комплексна оцінка ризиків торговельного підприємства.
37. Ресурсний потенціал торговельного підприємства та його оптимізація.
38. Релокація торговельного бізнесу: економічні аспекти та оцінка ефективності.
39. Економічна ефективність впровадження концепції «Green Retailing» (екологізація торгівлі) як фактор конкурентоспроможності.
40. Аналіз товарних запасів з використанням ABC/XYZ-аналізу в MS Excel або 1C/BAS.
41. Економічна ефективність використання Власних Торгових Марок (BTM) у формуванні прибутку торговельних мереж.
42. Управління економічною стійкістю торговельного підприємства в умовах критичних інфраструктурних ризиків.
43. Економічне обґрунтування впровадження систем самообслуговування (Self-checkout) та їх вплив на витрати на персонал.
44. Аналіз та оптимізація логістичних витрат торговельного підприємства в умовах розриву ланцюгів постачання.
45. Економіка «Green Retailing»: вплив екологічних ініціатив на капіталізацію та лояльність клієнтів.
46. Трансформація бізнес-моделі торговельного підприємства: від класичного магазину до Dark Store (темного складу).
47. Управління асортиментною політикою торговельного підприємства на основі аналізу великих даних (Big Data).
48. Економічні аспекти утримання клієнтів: порівняльна ефективність програм лояльності та кешбек-сервісів.
49. Оцінка впливу релокації торговельного бізнесу на його фінансові результати та ринкову позицію.
50. Економічна роль соціальних мереж та Influencer-маркетингу у стимулюванні товарообігу ритейлера.

Київський національний університет будівництва і архітектури
Будівельно-технологічний факультет

Кафедра _____
Дисципліна _____
Спеціальність _____
Курс _____ Група _____ Семестр _____

**Завдання
на курсову роботу здобувача**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи

2. Строк здачі здобувачем закінченої роботи

3. План _____

4. Дата видачі завдання _____

Здобувач _____

(підпис)

Керівник _____

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

" ____ " _____ 20 __ р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Економіка торгівлі»

на тему _____

Роботу виконано за матеріалами _____

(назва підприємства (організації))

Виконав(ла):

Здобувач(ка) _____ курсу _____ групи

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

Керівник:

(науковий ступінь, посада, прізвище та ініціали керівника)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS

Члени комісії:

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Київ 20_____

Орієнтовний план курсової роботи за обраною темою
**Економічне обґрунтування ефективності омніканальної моделі
продажу торговельного підприємства**

ЗМІСТ

ВСТУП

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОМНІКАНАЛЬНОЇ
ТОРГІВЛІ**

- 1.1. Сутність та еволюція моделей торгівлі: від одноканальної до омніканальної
- 1.2. Економічні переваги та виклики впровадження омніканальності для ритейлера
- 1.3. Система показників оцінки ефективності продажу в різних каналах збуту

**РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

- 2.1. Загальна характеристика підприємства
- 2.2. Господарська та фінансова діяльність підприємства

**РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА
КАНАЛІВ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОГО
ОБ'ЄКТА)**

- 3.1. Аналіз динаміки та структури товарообігу за каналами (офлайн, онлайн, маркетплейси)
- 3.2. Оцінка поточних витрат на підтримку інфраструктури продажів

**РОЗДІЛ 4. ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ОМНІКАНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ТА ОЦІНКА ЇЇ ЕФЕКТУ**

- 4.1. Розробка заходів щодо інтеграції онлайн- та офлайн-просторів (наприклад, впровадження Click & Collect, єдиної системи лояльності)
- 4.2. Розрахунок необхідних інвестицій у цифрову інфраструктуру та логістику

4.3. Прогноз економічного ефекту: зростання прибутку, пришвидшення оборотності запасів та підвищення LTV (життєвого циклу клієнта)

ВИСНОВКИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Навчально-методичне видання

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки
до виконання курсових робіт
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за
спеціальністю D7 «Торгівля»
денної та заочної форм навчання

Укладачі: **Алавердян Людмила Миколаївна,**
Романенко Олеся Валеріївна

Випусковий редактор *Л. С. Тавлуй*
Комп'ютерне верстання *К. А. Мавроді*

Підписано до друку 10.06.2026. Формат 60 x 84^{1/16}
Ум. друк. арк. 1,86. Обл.-вид. арк. 2,0.
Електронний документ. Вид. № 28/III-26

Видавець і виготовлювач:
Київський національний університет будівництва і архітектури

Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002

