


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА

Кафедра маркетингу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри

 проф. Майовець Є. Й.

“ 29 ” серпня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

освітній рівень: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальність 075 «Маркетинг»
освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Факультет економічний

2022–2023 навчальний рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Економіка та організація торгівлі»
освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075
«Маркетинг» (перший (бакалаврський) рівень вищої освіти).

Розробник: Врублевська Олена Василівна, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від “29” серпня 2022 року № 1

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»	Вибіркова	
Модулів – 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		3-й	
Загальна кількість годин – 90		Семестр	
		6-й	-
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 1,6	Освітній ступінь: Бакалавр	32 год.	-
		Практичні, семінарські	
		32 год.	-
		Самостійна робота	
		26 год.	-
		Вид контролю:	
		Залік	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить для денної форми навчання 2,46.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вибіркової дисципліни «Економіка і організація торгівлі» є формування в здобувачів освіти сучасних знань і розуміння торгівлі як виду економічної діяльності, економічних та організаційних засад діяльності підприємств торгівлі, шляхів забезпечення ефективної діяльності торговельного підприємства, здатності застосовувати набуті знання, аналітичні і практичні уміння для вирішення практичних завдань діяльності в сфері торгівлі.

Основними завданнями дисципліни є:

- ознайомлення студентів з основними поняттями економіки і організації діяльності торговельного підприємства, основами функціонування підприємства торгівлі та галузі торгівлі в ринкових умовах господарювання;
- формування практичних умінь розв'язування задач з економіки і організації

торгівлі, розвиток здатності до пошуку рішень щодо підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств;

- розвиток навичок самостійної роботи, використання наукових, статистичних, нормативних джерел.

Вивчення дисципліни сприяє формуванню таких компетентностей, передбачених освітньо-професійною програмою:

спеціальні компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

У процесі вивчення дисципліни формуються такі програмні **результати навчання:**

ПРН 2.	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

У результаті вивчення курсу студент буде:

знати:

- роль торгівлі в суспільному розподілі праці, її місце в класифікації видів економічної діяльності, особливості виробництва (production) та продукту

- (product) в торгівлі;
- особливості формування товарної пропозиції і попиту на споживчому ринку;
 - види підприємств торгівлі, форми організації торговельної діяльності, роль підприємств роздрібною та гуртовою торгівлі та торговельних посередників в каналах розподілу;
 - засади організації товароруку, товаропостачання торговельної мережі, торгово-технологічного процесу, функціонування товарних складів;
 - принципи забезпечення прибуткової діяльності торговельних підприємств;
 - показники ефективності використання ресурсів торговельного підприємства;
 - основні показники якості торговельного обслуговування та їх використання в практичній діяльності підприємств;

ВМІТИ:

- аналізувати торгівлю як галузь економіки (масштаб та ефективність діяльності, ділові очікування, тенденції розвитку);
- аналізувати специфічні показники функціонування торгівлі (товарооборот підприємства, товарні запаси);
- розраховувати показники продуктивності праці, заробітної плати, прибуток торговельного підприємства;
- виконувати аналіз ефективності функціонування підприємств торгівлі та пропонувати шляхи її підвищення;
- пропонувати форми організації торгівлі та шляхи покращення торговельного обслуговування.

3. Програма навчальної дисципліни Змістовий модуль 1

Тема 1. Торгівля як галузь національної економіки

Місце торгівлі в економічній системі. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції. Сутність економічного процесу в торгівлі.

Торгівля як вид економічної діяльності. Місце торгівлі в КВЕД.

Оптова торгівля: форми організації, основні показники. Роздрібна торгівля: форми організації, оборот роздрібною торгівлі.

Показники функціонування торговельної галузі. Внутрішня організаційна структура і екосистема галузі торгівлі. Державне регулювання торгівлі.

Тема 2. Споживчий ринок

Товарна пропозиція на споживчому ринку. Товарні ресурси. Баланси споживчих товарів. Роль національного виробництва та імпорту в формуванні товарної пропозиції. Підтримка національного товаровиробника.

Споживчий попит і купівельна спроможність населення. Соціально-економічний портрет споживача. Джерела зростання споживання. Інструменти

державного регулювання споживання та купівельної спроможності населення. Баланс грошових доходів і витрат населення. Місткість ринку.

Тема 3. Підприємство як суб'єкт господарювання

Підприємство торгівлі як виробничо-економічна, соціально-економічна, виробничо-екологічна система: означення та ознаки, види відокремленості підприємства, цілі та функції.

Види та організаційно-правові форми підприємств торгівлі: підприємства за формами власності, за належністю капіталу, залежно від способу утворення, за розміром, за рівнем інноваційності, асоційовані підприємства, підприємницькі товариства. Об'єднання підприємств.

Структура торговельного підприємства (асоціації торговельних підприємств): організаційно-виробнича, організаційно-управлінська структура.

Економічний потенціал підприємства. Організаційна культура підприємства торгівлі.

Тема 4. Організаційні форми оптової торгівлі та комерційного посередництва

Організаційні форми та підприємства оптової торгівлі. Суб'єкти оптової торгівлі: за значенням, за формою власності, за організаційно-правовою формою, за місцем у процесі товаропросування, за роллю в процесі товаропросування, за загальною товарною спеціалізацією, за функціональною спеціалізацією. Торгово-технологічний процес оптового підприємства.

Організаційна структура оптових підприємств, оптово-роздрібні підприємства.

Оптові посередники. Посередництво як вид підприємницької діяльності. Види оптових посередників: агенти, брокери, дилери, комісіонери, комітенти, дистриб'ютори, торгові маклери, комівояжери. Консигнація як форма комісійного продажу товарів.

Організатори оптового обороту (ярмарки, товарні біржі, аукціони, торгові дома, виставкова торгівля, оптові продовольчі ринки), їх роль та функції у формуванні гуртового ринку.

Тема 5. Організаційні форми та підприємства роздрібною торгівлі

Організаційні форми та підприємства роздрібною торгівлі. Сутність та функції роздрібною торгівлі. Форми роздрібною торгівлі (магазинна, позамагазинна, мережева, дистанційна). Типи магазинів. Позамагазинна торгівля. Мережева торгівля. Дистанційна торгівля. Електронна торгівля.

Роздрібна торговельна мережа та її елементи. Принципи та вимоги до організації роздрібною торговельної мережі. Класифікація роздрібних торговельних мереж: за ступенем сталості місцезнаходження роздрібних торговців (стаціонарна, напівстаціонарна, пересувна, посылкова, електронна), за принципами організації роботи роздрібних торговців (роздрібні, дрібнороздрібні, віртуальні), за ступенем капітальності споруд (капітальні магазини, легкоконструкційні павільйони,

автомати, некапітальні палатки, кіоски, ятки, торгові місця, мобільні засоби пересувної, розвізної і розносної торгівлі).

Спеціалізація в роздрібній торгівлі та її форми: товарна і за споживчими комплексами. Класифікація роздрібних торговців за рівнем товарної спеціалізації: вузькоспеціалізовані, спеціалізовані, комбіновані, універсальні, показник спеціалізації. Концентрація роздрібних торговців.

Показники розвитку роздрібної мережі, площа охоплення, зона торговельного обслуговування, коефіцієнт щільності мережі, торгова площа на 1 тис. мешканців, середній розмір магазину.

Тема 6. Управління товарооборотом підприємства торгівлі

Сутність товарообороту як економічного показника. Форми та види товарообороту підприємства торгівлі. Показники товарообороту. Фактори, що визначають стан, тенденції та перспективи розвитку товарообороту підприємства торгівлі. Управління товарооборотом підприємства.

Аналіз обсягу та структури роздрібною товарообороту. Планування товарообороту на підприємстві торгівлі. Плановий обсяг товарообороту. Планування ресурсозабезпеченого обсягу товарообороту. Методичні підходи до планування товарно-групової структури товарообороту.

Особливості управління товарооборотом підприємства оптової торгівлі.

Тема 7. Управління товарними запасами підприємства торгівлі

Сутність та склад товарних запасів торговельного підприємства. Показники для управління товарними запасами: показники обсягу, рівня, оборотності товарних запасів.

Управління товарними запасами: цілі, етапи. Аналіз товарних запасів: аналіз динаміки, аналіз факторів впливу на зміну товарних запасів. Аналіз сезонних коливань, асортиментної структури, якості, обіговості товарних запасів. Критерії і показники оцінки ефективності управління товарними запасами.

Нормування та планування товарних запасів у торгівлі. Оперативне регулювання та контроль за утворенням товарних запасів. Витрати управління товарними запасами. Політика реалізації наднормативних товарних запасів.

Змістовий модуль 2

Тема 8. Управління товарним забезпеченням обороту підприємства торгівлі

Формування товарного забезпечення обороту підприємства торгівлі. Закупівельна діяльність. Пропозиція ринку товарних ресурсів. Форми товарного забезпечення. Постачальники товарних ресурсів. Управління товарним забезпеченням і організація його формування.

Аналіз товарного забезпечення обороту. Планування закупівлі. Планування обсягу та структури надходження (закупівлі) товарів. Визначення методу закупівлі товарів. Вибір постачальників товарних ресурсів. Оцінка ефективності комерційних угод щодо закупівлі товарів.

Тема 9. Основні засоби підприємства торгівлі

Капітал торговельного підприємства. Активи підприємства.

Поняття, склад, оцінка основних засобів. Знос основних засобів. Амортизація. Аналіз стану, руху та ефективності використання основних засобів торговельного підприємства.

Тема 10. Оборотні засоби підприємства торгівлі

Склад та особливості обороту оборотних засобів в торгівлі.

Показники оборотності і ефективності використання оборотних коштів. Визначення потреби в оборотних коштах для формування окремих елементів оборотних засобів (нормування).

Управління оборотними активами підприємства торгівлі. Дебіторська заборгованість підприємства торгівлі.

Тема 11. Управління трудовими ресурсами підприємства торгівлі: персонал, організація і продуктивність праці

Характеристика персоналу торговельного підприємства. Аналіз чисельності, складу та руху персоналу.

Робочий час працівника. Аналіз ефективності використання робочого часу.

Продуктивність праці в торгівлі та резерви її підвищення.

Нормування праці і планування чисельності персоналу.

Тема 12. Оплата праці працівників торговельного підприємства

Види оплати праці. Форми і системи оплати праці. Основна і додаткова оплата праці, доплати і надбавки. Матеріальне стимулювання працівників торгівлі. Сучасні підходи до організації оплати праці: система ключових показників діяльності (КРІ).

Тема 13. Витрати підприємства торгівлі

Склад витрат торговельного підприємства. Класифікація витрат. Чинники впливу на рівень витрат. Показники рівня та ефективності витрат підприємства торгівлі. Стратегія управління поточними витратами.

Тема 14. Результати діяльності підприємства торгівлі

Склад та джерела утворення доходів торговельного підприємства.

Комерційний дохід і цінова політика. Склад роздрібною ціни товару, торговельна надбавка. Аналіз і планування доходів торговельного підприємства.

Прибуток. Формування і склад прибутку торговельного підприємства. Види прибутку.

Показники рентабельності. Чинники впливу на рівень прибутковості. Розподіл та використання прибутку. Оподаткування.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1												
Тема 1. Торгівля як галузь національної економіки		2	2			2						
Тема 2. Споживчий ринок		2	2			1						
Тема 3. Підприємство як суб'єкт господарювання		2	2			2						
Тема 4. Організаційні форми оптової торгівлі та комерційного посередництва		2	2			2						
Тема 5. Організаційні форми та підприємства роздрібно торгівлі		2	2			2						
Тема 6. Управління товарооборотом підприємства торгівлі		2	2			2						
Тема 7. Управління товарними запасами підприємства торгівлі		4	4			3						
Разом за змістовим модулем 1	46	16	16			14						
Змістовий модуль 2												

Тема 8. Управління товарним забезпеченням обороту підприємства торгівлі		2	2			2						
Тема 9. Основні засоби підприємства торгівлі		2	2			2						
Тема 10. Оборотні засоби підприємства торгівлі		2	2			2						
Тема 11. Управління трудовими ресурсами підприємства торгівлі: персонал, організація і продуктивність праці		2	2			2						
Тема 12. Оплата праці працівників торговельного підприємства		2	2			1						
Тема 13. Витрати підприємства торгівлі		2	2			1						
Тема 14. Результати діяльності підприємства торгівлі		4	4			2						
Разом за змістовим модулем 2	44	16	16			12						
Усього	90	32	32			26						

5. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
----------	------------	--------------------

1	Практичне заняття - Оцінка ділових очікувань підприємств роздрібною торгівлі	2
2	Практичне заняття - Споживчий ринок, купівельні фонди, баланс товарних ресурсів	2
3	Практичне заняття - Аналіз популяції підприємств торговельної галузі	2
4	Практичне заняття - Аналіз оптового товарообороту і запасів в оптовій торгівлі	2
5	Семінарське заняття - Товарні склади і організація товаропостачання роздрібною торговельною мережі	2
6	Практичне заняття – Розрахунок показників роздрібного та оптового товарообороту	2
7	Практичне заняття – Аналіз товарних запасів	4
8	Семінарське заняття - Організація торгово-технологічного процесу	2
9	Практичне заняття - Основні засоби торговельного підприємства	2
10	Практичне заняття - Оборотні засоби торговельного підприємства	2
11	Семінарське заняття - Персонал підприємств торгівлі: характеристики професій	2
12	Практичне заняття – Аналіз персоналу, продуктивності праці і заробітної плати на торговельному підприємстві	2
13	Практичне заняття - Ціни, витрати, торговельна надбавка	2
14	Практичне заняття - Прибуток, рентабельність, беззбитковість діяльності торговельного підприємства	4
	Всього	32

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Торгівля як галузь національної економіки	2
2	Тема 2. Споживчий ринок	1
3	Тема 3. Підприємство як суб'єкт господарювання	2
4	Тема 4. Організаційні форми оптової торгівлі та комерційного посередництва	2
5	Тема 5. Організаційні форми та підприємства роздрібною торгівлі	2
6	Тема 6. Управління товарооборотом підприємства торгівлі	2
7	Тема 7. Управління товарними запасами підприємства торгівлі	3
8	Тема 8. Управління товарним забезпеченням обороту підприємства торгівлі	2
9	Тема 9. Основні засоби підприємства торгівлі	2
10	Тема 10. Оборотні засоби підприємства торгівлі	2

11	Тема 11. Управління трудовими ресурсами підприємства торгівлі: персонал, організація і продуктивність праці	2
12	Тема 12. Оплата праці працівників торговельного підприємства	1
13	Тема 13. Витрати підприємства торгівлі	1
14	Тема 14. Результати діяльності підприємства торгівлі	2
	Всього	26

7. Методи навчання

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання досягнення результатів навчання
Знання і розуміння	Методи передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження дослідницького інтересу (лекції, ілюстрації, презентації)	Оцінювання підготовлених виступів (презентацій), виконаних практичних робіт, модульне тестування.
Розуміння, навички, уміння,	Залучення здобувача до активної навчальної діяльності – розв'язання задач, виконання інтерактивних вправ, аналіз ситуацій, опрацювання літератури, підготовка виступів, складання модульних і підсумкового тестів (практичні та семінарські заняття, самостійна робота).	Оцінювання підготовлених виступів (презентацій), виконаних практичних робіт, модульне тестування.

8. Методи контролю

При викладанні дисципліни здійснюються такі види контролю: поточний контроль здійснюється під час проведення практичних (семінарських) занять;

проміжний (модульний) контроль здійснюється два рази впродовж семестру.

Формою підсумкового контролю є семестровий залік.

Для контролю результатів навчання використовуються письмові тести, усне опитування, проводиться захист виконаних практичних завдань.

Відповідно до п. 2.4.1.3 Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Львівського національного університету імені Івана Франка, введеного в дію наказом ректора від 02.03.2020

№ 0-2, семестровий залік не передбачає написання підсумкової семестрової контрольної роботи. Семестровий залік не передбачає також обов'язкової присутності здобувачів вищої освіти, і викладач проставляє його за умови, що здобувач вищої освіти виконав усі види навчальної роботи, визначені робочою навчальною програмою дисципліни, та отримав позитивні підсумкові оцінки за кожен із модулів.

9. Розподіл балів за вивчення дисципліни і шкала оцінювання

Оцінкою з дисципліни за семестр є підсумкова семестрова оцінка, що складається з балів поточного і модульного контролю.

Поточний контроль – 60 балів

Модульний контроль-1 – 20 балів

Модульний контроль-2 – 20 балів

Всього балів за вивчення дисципліни – 100.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	Зараховано
81-89	B	
71-80	C	
61-70	D	
51-60	E	
21-50	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-20	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

* кількість балів для оцінок «незадовільно» (FX і F) визначається Вченими радами факультетів (педагогічною радою коледжу).

10. Рекомендована література

Базова література

1. Апопій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі : підручник. Київ: ЦУЛ, 2019. 632 с.
2. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
3. Економіка підприємства торгівлі (у схемах та таблицях) : навч. посіб. / І. В. Височин, Н. М. Новікова, І. М. Вавдійчик. Київ : Київ. нац. торг.-екон.

- ун-т, 2018. 428 с.
4. Економіка торгівлі : навч. посіб. / [Н.О. Власова, В.А. Гросул, О.А. Круглова, М.В. Чорна та ін.] ; за ред. Н.О. Власової. Харків: Світ Книг, 2014. 473 с.
 5. Ковальська Л.Л., Кривов'язюк І.В. Економіка підприємства: підручник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.
 6. Лігоненко Л.О. Економіка торгівлі (у рисунках, схемах та таблицях) : навч. посіб. / Л.О. Лігоненко, А.М. Носуліч, Н.М. Новікова. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 228 с.
 7. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібн. Чернівці: Чернівец. нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича. 2020. 192 с.
 8. Підприємництво і торгівля: навч. посібник. Волинчук Ю.В. та ін. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 620 с.
 9. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: Постанова КМУ від 15.06 2006 р. № 833. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006%D0%BF#Text>
 10. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січ. 2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/406-18/ed20130704>.
 11. Роженко О.В. «Організація торгівлі»: опорний конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 137 с.
 12. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять: ДСТУ 4303:2004. Національний стандарт України. від 01.07. 2005 р. URL: <http://www.dt-kt.com/natsionalniy-standart-ukrayini-dstu-4303-2004-rozdribna-ta-optova-torgivlya/>
 13. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. 221 с.
 14. Яскал О. О., Яскал І. В., Лопашук І. А. Економіка та організація торгівлі: навчальний практикум. – ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2019. – 106 с.

Допоміжна література

15. Азарян О. М. Інституціоналізація концепту розвитку торгівлі в сучасному конвенціональному середовищі / О. М. Азарян, Н. Ю. Возіянова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4. – С. 8-14.
16. Александрова Г. М. Управління фінансовим ресурсозбереженням торговельних підприємств [Електронний ресурс] : автореф. дис... канд. економ. наук : 08.00.08 / Г. М. Александрова. – Донецьк : ДНУЕТ, 2009. – 19 с. – Режим доступу: <http://libserver.mnau.edu.ua/docs/books/Avtoref/2009/1.pdf>.

17. Андрієць В. С. Структурно-логічна схема оптимізації грошових потоків торговельних підприємств / В. С. Андрієць // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – № 7. – С.3-6.
18. Балабан П.Ю., Тягунова Н.М., Місюкевич В.І., Михайлюкова Н.І. Торгівельна логістика: навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2014. 148 с.
19. Безпарточний М. Г. Розвиток регіонального споживчого ринку в системі ефективного функціонування торговельних підприємств / М. Г. Безпарточний // Регіональна економіка. – 2015. – № 4. – С. 43-50.
20. Гармідер Л. Д. Методичні підходи до оцінювання розвитку кадрового потенціалу торговельного підприємства / Л. Д. Гармідер // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 10. – С. 99-112.
21. Господарський кодекс України.
22. Гросул В. А. Методичні підходи до комплексного оцінювання конкурентного потенціалу торговельного підприємства / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 176-183.
23. Дайновський Ю. А. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський. – Львів : Новий Світ-2000, 2013. – 244 с.
24. Економіка і організація торгівлі. Методичні вказівки для практичних занять і самостійного вивчення дисципліни студентами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Л.М. Сатир, Л.І. Стаднік, В.М. Кепко та ін. – Біла Церква, 2020. – 125 с.
25. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х.: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. – 208 с.
26. Мазаракі А.А., Бланк І.О., Лігоненко Л.О. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія / за заг. наук. ред. А.А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2006.– 195 с.
27. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Організація торгівлі» для студентів напряму підготовки 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво» / уклад. О.Є. Гапоненко, О.Б. Білоцерківський, М.О. Гаврись, І.Ю. Лук'яниця. –Х. : НТУ «ХП», 2015. – 116 с.
28. Національний класифікатор України ДК 009:2010. Класифікація видів економічної діяльності. – Київ: Держспоживстандарт України, 2010. – 42 с. // http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/dc_009.pdf.
29. Номенклатура товарів внутрішньої торгівлі (НТВТ). Затверджено наказом Державної служби статистики від 30 грудня 2019 р. № 441
30. Оптова торгівля в Україні : монографія / А.А. Мазаракі, Г.М. Богославець, О.М. Трубей, А.М. Носуліч ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 208 с.
31. Таранюк Л.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, Суми: ВТД «Університетська

- книга», 2018. 572 с.
32. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Савицька Н.Л. та інш. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
 33. Цивільний кодекс України.
 34. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. с. 221.
 35. Юрко І. В. Торговельне підприємство: навчальний посібник, Київ: Центр учбової літератури, 2018. 232 с.
 36. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. вид. 2-ге перероб. і доп. К: Видавництво Ліра-К, 2020. 596 с.

11. Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Торгово-промислова палата України (ucsi.org.ua) // <https://ucsi.org.ua/>.