

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки та торгівлі

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента
ТОРГІВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 076 Підприємництво та торгівля
освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність

Силабус освітнього компонента Торгівельно-посередницька діяльність підготовки бакалавра у галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля, за освітньою програмою Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Розробник: Савчук Я.О. старший викладач кафедри маркетингу, к.е.н.

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми:



Світлана БОРТНІК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри
протокол №1 від 08.09.2023 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

I. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління і адміністрування 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Перший (Бакалавр)	Нормативна
Кількість годин/кредитів 150 /5		Рік навчання 2023 / 2024
		Семестр 6
		Лекції 28 год.
		Практичні 28 год.
ІНДЗ: немає		Лабораторні 20 год.
		Самостійна робота 66 год.
		Консультації 8 год.
	Форма контролю: екзамен	
Мова навчання		українська
Сторінка курсу в MOODLE		

II. Інформація про викладача

ПІБ - Савчук Я.

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання –

Посада – старший викладач кафедри маркетингу.

Контактна інформація:

Телефон – 0992608759,

Електронна пошта: Savchuk.Yaroslava@vnu.edu.ua

Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

1.Анотація освітнього компонента. У сукупності ринкових процесів сучасного товарного ринку швидкими темпами розвивається торгівельно-посередницька діяльність. Вона становить невід'ємну частину господарсько-торговельної діяльності суб'єктів ринку. Торговельно-посередницька діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені, або за дорученням третьої сторони.

2. Метою освітнього компонента є усестороннє поглиблення знань, оволодіння теоретичними знаннями та практичними навиками в сфері сучасного товарного обігу з метою ефективного її функціонування; формування актуальних поглядів на можливості управління торгівельно-посередницькою діяльністю для переходу до сучасних технологій, стратегій, тактики закупівлі та продажу товарів; використання та застосування сучасних форм, методів здійснення комерційних операцій для ефективного ведення торгівельно-посередницької діяльності.

Основні завдання освітнього компонента полягають в отриманні здобувачами знань щодо виявлення закономірностей і тенденцій розвитку торгівельно-посередницької діяльності в складних умовах ринкової економіки з тим, щоб творчо використовувати ці закономірності і тенденції для ефективного здійснення торгових процесів у сфері товарного обігу; формування та здійснення комплексного підходу до ефективної організації

торгівельно-посередницької діяльності; визначення та аналізу мети, завдань і практики торгівельно-посередницької діяльності з точки зору держави, сфери виробництва, підприємств та споживачів.

3. Результати навчання (Компетентності)

Компетентності, яких здобувач освіти набуває в результаті вивчення дисципліни:

Інтегральна компетентність (ІНТ)

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

ЗК-2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК-5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності

ФК-3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

ФК-7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

Програмні результати навчання

ПРН-2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН-13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

4. Освітня карта освітнього компонента

Таблица 2

Назва змістовних модулів і тем	Кількість годин						Форма контролю/ Бали
	Усього	У тому числі					
		лек-ції	прак-тичні	лабо-ратор-ні	консу-ль-тації	самос-тійна робо-та	
Змістовий модуль 1. Визначення суті торгівельно-посередницької діяльності та процес її організації							
Тема 1. Ринок і торгівельно-посередницька діяльність	8	2	2			4	РС, О / 2 бали
Тема 2. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами	8	2	2			4	Т, О / 2 бали
Тема 3. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги	11	2	2	2	1	4	Р, РС, О/ 2 бали
Тема 4. Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування	11	2	2	2	1	4	РС, О, П/ 4 бали
Тема 5. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	11	2	2	2	1	4	Т, О / 4 бали
Тема 6. Матеріально-технічна база торгівельно-посередницьких підприємств	11	2	2	2	1	4	РС, О, Р/ 4 бали
Тема 7. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності.	12	2	2	2		6	Т, О, Р/ 2 бали
Разом за модулем 1	72	14	14	10	4	30	max 20
Змістовий модуль 2. Оцінювання ефективності торгівельно-посередницької діяльності							
Тема 8. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня торгівельно-посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів	8	2	2			4	Т, О, П / 2 бали
Тема 9. Оцінювання показників ефективності обслуговування споживачів	9	2	2		1	4	ДС, О, П/ 2 бали
Тема 10. Обігові кошти торгівельно-посередницької діяльності та організація розрахунків	11	2	2	2	1	4	Т, О / 2 бали
Тема 11. Планування витрат торгівельно-посередницької діяльності	13	2	2	2	1	6	РС, О, П/ 4 бали
Тема 12. Ціноутворення у комерційній діяльності	13	2	2	2	1	6	Т, О / 4 бали
Тема 13. Напрямки розвитку і удосконалення комерційної діяльності посередників	12	2	2	2		6	ДС, О, П/ 4 бали
Тема 14. Впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами.	12	2	2	2		6	Т, О, Р / 2 бали
Разом за модулем 2	78	14	14	10	4	36	max 20
Види підсумкових робіт							60
Модульна контрольна робота 1							МКР/ 30

							балів
Модульна контрольна робота 2							МКР/ 30 балів
Всього годин / Балів	150	28	28	20	8	66	max 100 балів

Форма контролю*: ДС – дискусія, Т – тести, РС/К – розв’язування ситуацій/кейсів, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, П – презентація роботи; Р – реферат, О – опитування

5.Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота з освітнього компонента передбачає: підготовку до аудиторних (практичних) занять; опрацювання лекційного матеріалу; підготовку до усіх видів контролю.

Таблиця 3

Перелік питань, які виносяться на самостійне опрацювання

№	Назва теми	Питання, які виносяться на самостійне опрацювання	К-ть год
1	Тема 1. Ринок і торгівельно-посередницька діяльність	1. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг. 2. Управління формуванням і розвитком цільових ринків. 3. Етичні норми у комерційному посередництві.	4
2	Тема 2. Кон’юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами	1. Вивчення намірів і уподобань споживачів. Визначення факторів успіху товарів на ринку. 2. Визначення кон’юнктури товарного ринку	4
3	Тема 3. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги	1. Роль маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки. 2. Інтегровані маркетингові комунікації та їх роль у формування попиту споживачів товарів і послуг.	4
4	Тема 4. Комерційні зв’язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування	1. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у комерційно-посередницьких угодах: поставки, надання посередницьких послуг, комісії, консигнації, франчайзингу. 2. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору.	4
5	Тема 5. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	1. Сутність, роль і зміст комерційно-посередницької діяльності з продажу товарів і послуг. 2. Організація комерційної роботи з оптового і роздрібного продажу товарів. 3. Види, форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.	4
6	Тема 6. Матеріально-технічна база торгівельно-посередницьких підприємств	1. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів. 2. Умови успішного вирішення логістичних задач торгово-посередницької діяльності.	4
7	Тема 7. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності.	1. Бази даних. Використання сучасних засобів телекомунікацій у формуванні і розвитку фінансовогосподарських зв’язків посередницьких підприємств. 2. Інтерактивні засоби торгового посередництва.	6
8	Тема 8. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня торгівельно-посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів	1. Застосування теорії опціонів у практиці оцінки бізнесу. 2. Особливості оцінки техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування.	4
9	Тема 9. Оцінювання показників ефективності обслуговування споживачів	1. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.	4
10	Тема 10. Обігові кошти торгівельно-посередницької діяльності та організація розрахунків	1. Кредитна політика посередницького підприємства. 2. Фінансове і товарне кредитування.	4
11	Тема 11. Планування витрат торгівельно-	1. Бізнес-план посередницького підприємства:	6

	посередницької діяльності	розрахунок можливих доходів і витрат, оцінка ринку збуту	
12	Тема 12. Ціноутворення у комерційній діяльності	1. Коригування цін. Ціноутворення зі знижками та заліками. 2. Диференційоване ціноутворення. Ціноутворення з метою стимулювання збуту. Ініціативні зміни цін.	6
13	Тема 13. Напрямки розвитку і удосконалення комерційної діяльності посередників	1. Організація розгалуженої мережі комерційних центрів управління посередницькою діяльністю. 2. Розширення сфери діяльності брокерських організацій.	6
14	Тема 14. Впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами.	1. Сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг. 2. Електронна комерція та електронна торгівля.	6
		Разом	66

IV. Політика освітнього компонента

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем. Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти: результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації (<http://surl.li/lpbys>).

Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам) тощо, які передбачені силабусом освітнього компонента.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передуює семестру початку вивчення освітнього компонента, або першого місяця від початку семестру, враховуючи ймовірність не підтвердження здобувачем результатів такого навчання.

Політика щодо академічної доброчесності: виконані завдання здобувачем освіти мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування, втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача вищої освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Здобувачі освіти зобов'язані неухильно дотримуватись Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

V. Політика поточного та підсумкового оцінювання

Політика поточного оцінювання: оцінювання знань здобувачів освіти здійснюється під час поточного контролю за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом. Максимальна кількість балів за поточний контроль становить 60.

Здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проєктних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Екзамен відбувається на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних, самостійної роботи, тестових завдань.

Під час проведення модульних контрольних робіт передбачене оцінювання результатів навчання, які здобувач набув після опанування навчального матеріалу змістового модуля. Передбачено 2 модульні контрольні роботи, які можуть проводитися у формі: письмового тестування або у системі та розв'язування практичних завдань.

Модульні контрольні роботи можуть бути проведені в синхронному режимі (як аудиторна контрольна робота) або асинхронному режимі (наприклад, засобами платформи Google).

Викладач завчасно інформує здобувачів про терміни проведення, зміст та форму модульних контрольних робіт.

Екзамен відбувається письмово у формі відповіді на теоретичні питання та тестових завдань згідно розкладу. Запитання складено відповідно до програми курсу. Необхідно дати відповідь на 2 теоретичних питання, які оцінюються у 20 балів кожне та 20 тестових запитань з однією правильною відповіддю (кожне запитання оцінюється в 1 бал). Максимальна оцінка 60 балів.

Екзамен за поточними результатами навчання виставляється за умови, якщо здобувач освіти виконав усі види навчальної роботи, які визначені силабусом освітнього компонента, та отримав не менше ніж 75 балів. У випадку незадовільної підсумкової семестрової оцінки, або за бажання підвищити рейтинг, здобувач освіти може добрати бали, виконавши певний вид робіт (наприклад, пройти тестування по всіх темах, виконати розрахункові завдання, підготувати аналітичне есе тощо).

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу. Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.08.2023 р. (<http://surl.li/kvyni>).

Перелік питань на екзамен

1. Сутність, мета і завдання торгівельно-посередницької діяльності
2. Основні принципи торгівельно -посередницької діяльності.
3. Ринок товарів і послуг як сфера торгівельно-посередницької діяльності підприємств.
4. Фактори що впливають на формування і розвиток торгівельного посередництва.
5. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг.
6. Роль і задачі розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі.
7. Методологічні основи торгівельно-посередницької діяльності підприємства.
8. Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень у посередницькій діяльності.
9. Дослідження конкурентів і визначення їх позицій на товарному ринку.
10. Визначення кон'юнктури товарного ринку.
11. Поєднання попиту і пропозиції у торгово-посередницькій діяльності. Сукупна

пропозиція і сукупний попит.

13. Торгівельно-посередницька діяльність у сфері товарного обігу.

14. Методи побудови і ведення торгівельно-посередницької діяльності на комерційному підприємстві.

15. Товарно-асортиментна політика та її складові.

16. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту з врахування потреб ринку.

17. Роль маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки.

18. Сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності.

19. Комерційні зв'язки у сфері товарного обігу і послуг.

20. Загальні принципи договірних відносин і контрактної політики у посередницькій діяльності.

21. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків в угоді про надання посередницьких послуг.

22. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування у договорі комісії.

23. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у договорі консигнації.

24. Визначення і формування умов ліцензування, продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у пакеті угод про франчайзинг.

25. Організація закупівель у комерційно-посередницькій діяльності. Сутність, роль і зміст закупівельної роботи.

26. Організація реалізації продукції у торгівельно-посередницькій діяльності підприємства.

27. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів.

28. Організація договірних відносин з постачальниками товарів.

29. Контроль та облік надходження товарів від постачальників.

30. Оптові ярмарки та їх роль у закупівлі товарів.

31. Оптові продовольчі ринки та їх роль в закупівлі товарів.

32. Типи закупівель та вибір процедури здійснення операції закупівлі.

33. Організація процесу і принципи державних закупівель.

34. Основні положення і вимоги Закону України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти».

35. Формування і організація діяльності тендерного комітету.

36. Розробка, структура, порядок надання тендерної документації. Оцінка й прийняття рішень щодо тендерних пропозицій.

37. Сутність, роль і зміст торгівельно-посередницької діяльності з продажу товарів.

38. Види, форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.

38. Форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.

40. Торгівля на аукціонах і торгах.

41. Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств.

42. Склади і складські комплекси та їх роль в забезпеченні ефективної діяльності торгівельно-посередницьких підприємств.

43. Інвестиційно-інноваційна політика як основа формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств.

44. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів у торгівельно-посередницькій діяльності.

45. Умови успішного вирішення логістичних задач торгово-посередницької діяльності.

46. Інформатизація торгівельно-посередницької діяльності.
47. Використання сучасних засобів телекомунікацій у формуванні і розвитку фінансово-господарських зв'язків посередницьких підприємств.
48. Інтерактивні засоби торгівельного посередництва.
49. Технології Інтернет і електронні магазини у посередницькій діяльності.
50. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств.
51. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.
52. Обігові кошти торгівельно-посередницьких підприємств.
53. Сутність, склад і структура обігових коштів торгівельно-посередницьких підприємств.
54. Джерела утворення обігових коштів торгівельно-посередницьких підприємств.
55. Нормування обігових коштів і засобів торгівельно-посередницьких підприємств.
56. Показники використання обігових коштів торгівельно-посередницьких підприємств.
57. Форми і методи розрахунків при здійсненні торгово-посередницьких операцій.
58. Роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування торгівельно-посередницької діяльності.
59. Впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами.
60. Сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг.

VI. Шкала оцінювання

Таблиця 5

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1–59	Незадовільно	Fx	необхідне перескладання

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребіцький В.М. та ін. Організація торгівлі : підручник; 2-ге вид. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 632 с.
2. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність : підручник. Харків. Світ Книг. 2018. 452 с.
3. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
4. Виноградська А.М. Технології комерційного посередництва : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 780 с.
5. Гой І.В., Смелянська Т.Т. Підприємництво : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 368 с.
6. Осовська Г.В., Масловська Л.Ц., Осовський О.А. Менеджмент організацій: підручник. – К.: Кондор-Видавництво, 2014. 366 с.
7. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.

8. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія, за заг. ред. Н.О. Голошубової. К., Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. 344 с.

9. Рокоча В.В. Міжнародна торговельна діяльність: підручник. К. : Університет економіки та права "КРОК", 2018. 698 с.

10. Торговельні війни сучасності та їх вплив на економічне зростання і розвиток у світі та Україні. / наук. ред. В. Юрчишин. Київ: Заповіт, 2019. 190 с.

Додаткова

1. Безус А.М., Шевчун М.Б., Безус П.І. Перспективи інноваційного розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Економіка та держава. 2019. № 5. С. 24–28.

2. Гавриш О. М., Капелюшна Т. В., Пильнова В. Планування торговельної діяльності підприємств на міжнародних ринках. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidprtori/article/view/699/664>.

3. Інноваційні тренди роздрібної торгівлі у 2019 році. URL: <https://it-rating.in.ua/nnovacyntrendi-rozdrbno-torgvl-u-2019-roc>.

4. Краус К. М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, доміанти розвитку: монографія Полтава : Дивосвіт, 2013. 162 с.

5. Мельник О.І., Мельник А.Г., Притула А.О. Теоретичні засади ефективної торговельної діяльності в ринкових умовах. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 20/2018. С. 10–13.

Інтернет-ресурси

1. Законодавство України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>.

2. Офіційний сайт Державної фіскальної служби URL: <http://sfs.gov.ua>.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.

5. Офіційний сайт Торгово-промислової палати України URL: <https://uccr.org.ua/services/appraisal>.