

Министерство образования Республики Беларусь
Учебно-методическое объединение вузов
Республики Беларусь по экономическому образованию

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра
образования Республики Беларусь



А.И. Жук

11.

2010

Регистрационный № ТД 265 тип.



ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Типовая учебная программа для высших учебных заведений по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель Министра торговли
Республики Беларусь



В.В. Колтович
2009



Председатель учебно-методического
объединения вузов Республики Беларусь
по экономическому образованию

В.Н. Шимов

2009



СОГЛАСОВАНО

Начальник управления высшего и среднего
специального образования Министерства
образования Республики Беларусь

Ю.И. Миксюк



11. 11. 2010

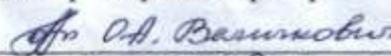
Ректор Государственного учреждения
образования «Республиканский институт
высшей школы»

М.И. Демчук

2010



Эксперт-нормоконтролер



14 сентября 2010

Минск
2010

Министерство образования Республики Беларусь

Учебно-методическое объединение вузов Республики Беларусь по экономическому образованию

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра
образования Республики Беларусь

_____ А.И. Жук

_____ 20__

Регистрационный № ТД - ____/тип

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Типовая учебная программа для высших учебных заведений по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»,

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель Министра торговли
Республики Беларусь

_____ В.В. Колтович

_____ 20__

Председатель учебно-методического
объединения вузов Республики Беларусь
по экономическому образованию

_____ В.Н. Шимов

_____ 20__

СОГЛАСОВАНО

Начальник управления высшего и
среднего специального образования
Министерства образования Республики
Беларусь

_____ Ю.И. Миксюк

_____ 20__

Ректор Государственного учреждения
образования «Республиканский институт
высшей школы»

_____ М.И. Демчук

_____ 20__

Эксперт-нормоконтролер

_____ 20__

Минск
2010

СОСТАВИТЕЛИ:

Н.С. Шелег, заведующий кафедрой экономики торговли Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Р.П. Валевиц, профессор кафедры экономики торговли Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор;

Г.А. Давыдова, доцент кафедры экономики торговли Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра экономики предприятий Академии управления при Президенте Республики Беларусь (протокол № 3 от 07 октября 2009 г.), *Е.С. Русак*, заведующий кафедрой, кандидат экономических наук, доцент;

Дудаль В.Н., начальник Управления экономики торговли и развития рыночных отношений Министерства торговли Республики Беларусь.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой экономики торговли Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 13 от 13.06.2009 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (Протокол № 1 от 28.10. 2009 г.);

Научно-методическим советом (секцией) по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебно-методического объединения вузов Республики Беларусь по экономическому образованию (протокол № 1 от 17.11.2009 г.).

Ответственный за выпуск Шелег Н.С.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Эффективность функционирования национальной экономики и экономическая безопасность страны в условиях интеграции и глобализации определяются эффективностью работы, как отдельных субъектов хозяйствования, так и отдельных ее отраслей. Одним из важнейших условий построения эффективной социально-ориентированной рыночной экономики является подготовка высококвалифицированных специалистов в сфере торгового дела, коммерции, предпринимательства и бизнеса. В современных рыночных условиях активная коммерческая деятельность является залогом успешного функционирования организаций торговли на потребительском рынке и торговой отрасли в целом, поскольку фаза производства считается завершенной только после реализации изготовленной продукции и получения денежной выручки за проданные товары. Коммерческие функции тем самым становятся постоянным объектом труда и внимания управленческих служб по всей цепочке продвижения товара – от производства до конечного потребителя товара. Хотя коммерческая деятельность пронизывает весь реальный сектор экономики, все же основная ее доля приходится на торговлю. В связи с усилением роли коммерции в обеспечении высокой конкурентоспособности отечественных субъектов хозяйствования резко возросли требования к уровню профессиональной подготовки специалистов для осуществления коммерческих операций как внутри страны, так и во внешнеторговой деятельности. Высокое качество труда торговых специалистов предопределяется, прежде всего, глубиной экономических знаний, необходимых им для практической деятельности.

«Экономика торговли» является основной профилирующей дисциплиной, формирующей специалиста высшей квалификации по специальности 1- 25 01 10 «Коммерческая деятельность». Экономика торговли – это наука и в то же время совокупность практических навыков, приемов и умений, обеспечивающих поиск вариантов наиболее эффективного функционирования торговой отрасли с учетом внешних и

внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие торговли и потребительского рынка.

В результате изучения дисциплины обучаемый должен:

знать:

- основы построения экономической и торговой политики в Республике Беларусь;

- законодательную базу, регулирующую деятельность организаций отрасли и хозяйственный механизм их функционирования;

- методы и методику анализа, прогнозирования, планирования показателей деятельности организации;

- резервы и пути снижения затрат, увеличения доходов и прибыли, ускорения оборачиваемости оборотного капитала;

- методы анализа и оценки эффективности использования ресурсного потенциала организации;

- пути улучшения финансового положения организации;

- методы оценки экономической и социальной эффективности организации отрасли;

уметь:

- анализировать показатели эффективности использования оборотных средств, товарных, трудовых и финансовых ресурсов;

- составлять отчеты об итогах хозяйственной деятельности и писать пояснительные записки по результатам анализа и прогнозирования;

- разрабатывать план социально-экономического развития организации и его важнейшие бюджеты, бизнес-планы;

- определять резервы и пути их вовлечения в процесс хозяйственной деятельности организаций.

В результате изучения дисциплины «Экономика торговли» студент должен быть **компетентен**, решать следующие профессиональные задачи:

- осуществлять постановку управленческих задач;

- использовать существующие методы обоснования принимаемых экономических решений;

- осуществлять организацию торгово-технологических процессов;

- оценивать результаты и прогнозировать параметры деятельности торговой организации;

- проводить анализ факторов, обуславливающих динамику основных экономических показателей типичного субъекта хозяйствования;

- эффективно управлять ресурсами;
- заниматься коммерческой деятельностью по закупкам и реализации товаров в сфере товарного обращения и соответствующих структурах в сфере производства и услуг.

Кроме того, в будущей **экономической деятельности** студент должен быть **компетентен:**

- определять экономические и финансовые цели организации;
- анализировать, планировать оперативные, перспективные экономические количественные и качественные показатели развития организации и ее структурных подразделений;
- выполнять экономические расчеты по обоснованию управленческих решений;
- планировать и управлять товарными ресурсами;
- определять и управлять ценами в зависимости от целей организации;
- определять и обеспечивать конкурентоспособность организации на рынке в текущий момент и в перспективе;
- разрабатывать бизнес-планы, стратегическую программу развития организации;
- видеть и искать источники доходов;
- прогнозировать экономическую ситуацию и конъюнктуру рынков.

Цель изучения дисциплины «Экономика торговли» состоит в том, чтобы сформировать у студентов экономическое мышление и вооружить их наряду с другими специальными дисциплинами знаниями, навыками коммерческой деятельности, научить умению эффективно использовать имеющиеся ресурсы в целях наиболее полного удовлетворения потребностей населения и общества, определять экономическую стратегию развития торговли страны, ее регионов, организаций, предприятий, оценивать тенденции и закономерности их развития в конкретно складывающихся условиях и принимать эффективные решения, обеспечивающие экономическую эффективность отрасли «торговля» в целом и ее субъектов на потребительском рынке.

На изучение дисциплины согласно типовому плану отводится всего часов по дисциплине 502, из них всего часов аудиторных 300, в том числе 150 часов – лекции, 30 часов – лабораторные занятия, 108 часов – практические занятия, 12 часов семинарские занятия.

Рекомендуемые формы контроля – зачеты, экзамены, курсовая работа.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
по дисциплине «Экономика торговли»

№ темы	Наименование раздела, темы	К-во часов аудиторных				
		Лекции	Семинарские	Практические	Лабораторные	Всего
	ВЕДЕНИЕ					
	Раздел 1. Развитие торговли в Беларуси					
1	Тема 1.1 Основные этапы развития торговли в Беларуси	4	-	-	-	4
2	Тема 1.2 Торговля в период перехода к рыночной экономике	6	2	-	-	8
	Раздел 2. Экономические основы развития торговли					
4	Тема 2.1. Торговля в системе национальной экономики	6	2	-	-	8
5	Тема 2.2. Экономическая среда торговых организаций	8	2	-	-	10
6	Тема 2.3. Научные основы прогнозирования и планирования торговли	4	2	-		6
	Раздел 3. Рынок потребительских товаров и услуг					
7	Тема 3.1. Потребности, спрос, потребление	6	2	6		14
8	Тема 3.2. Предложение и формирование товарных ресурсов	4	-	4		8
9	Тема 3.3. Конъюнктура рынка потребительских товаров и услуг, методы ее исследования	6	2	6	8	22
	Раздел 4. Товарооборот					
10	Тема 4.1 Товарооборот как экономическая категория	2	-	-	-	2
11	Тема 4.2 Розничный товарооборот	8	-	8	2	18
12	Тема 4.3 Оптовый товарооборот	6	-	4	2	12
13	Тема 4.4 Механизм управления товарным обеспечением и товарными запасами	10	-	8	2	20
	Раздел 5. Ресурсы торговли					
14	Тема 5.1 Трудовые ресурсы и оплата труда в торговле	10	-	8	2	20
15	Тема 5.2. Основные средства организаций торговли	6	-	4		10
16	Тема 5.3.оборотные средства торговли	4	-	4		8
	Раздел 6. Экономическая эффективность торговой деятельности					
17	Тема 6.1. Затраты и расходы в торговле	10	-	10	2	22
18	Тема 6.2. Доходы торговли	8	-	8	2	18
19	Тема 6.3 Прибыль и рентабельность торговли	10	-	10	4	24
20	Тема 6.4 Экономический потенциал торговли и ее социально-экономическая эффективность	6	-	6	4	16
	Раздел 7. Финансы торговли					
21	Тема 7.1. Формирование и использование финансовых ресурсов торговли	8	-	6	2	16
22	Тема 7.2 Финансовое планирование в торговле	18	-	16		34
	ИТОГО	150	12	108	30	300

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В БЕЛАРУСИ

Тема 1.1 Основные этапы развития торговли в Беларуси

Место и роль торговли в экономической жизни общества. История возникновения и развития торговли в Беларуси.

Особенности, формы и методы организации торговли в условиях плановой экономики.

Особенности развития торговли в социально-ориентированной рыночной экономике. Внешняя и внутренняя торговля. Торги, конкурсы, аукционы. Товарный рынок. Потребительский рынок. Регулирование потребительского рынка.

Тема 1.2 Торговля в период перехода к рыночной экономике

Необходимость, цели, задачи и основные направления реформирования торговли.

Приватизация государственной собственности – основа развития предпринимательства и торгового бизнеса.

Понятие, цели, принципы, способы и порядок проведения приватизации. Состав, задачи и функции комиссий по проведению приватизации. Объекты и субъекты приватизации. Методы оценки стоимости приватизируемых объектов.

Итоги приватизации объектов торговли и общественного питания в Республике Беларусь. Методы управления приватизированными предприятиями и пути повышения эффективности их деятельности.

Предпринимательская деятельность: понятие, принципы, объекты, субъекты и формы предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Малый бизнес и его особенности. Критерии отнесения субъектов торговли к малому бизнесу. Особенности развития малого бизнеса в Беларуси.

Социальная ответственность бизнеса. Риски в торговом бизнесе. Формы государственной поддержки и стимулирования развития торгового предпринимательства в современных условиях.

Раздел 2

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Тема 2.1 Торговля в системе национальной экономики

Торговля как вид предпринимательской деятельности и отрасль национальной экономики. Понятие торговой деятельности, ее двойственный характер «покупатель-продавец».

Необходимость, причины, преимущества обособления торговли в самостоятельную отрасль национальной экономики. Виды внутренней торговли. Розничная и оптовая торговля: понятие и особенности. Организации и предприятия питания как вид производственно-торговой деятельности и их функции.

Система ограничений и условия, определяющие эффективность торговой деятельности. Роль, функции и задачи торговли в системе национальной экономики. Экономические связи торговли с другими отраслями национальной экономики.

Экономические предпосылки и принципы устойчивого развития торговли в условиях инновационного роста экономики. Тенденции развития мировой розничной и оптовой торговли. Глобализация и интеграция и их влияние на развитие мировых компаний и национальных торговых систем.

Объекты и субъекты торговли. Организация, предприятие, фирма: соотношение понятий. Торговая организация: понятие, характерные признаки и принципы функционирования. Торговая организация как социально-экономическая система, ее особенности и основные элементы. Классификация торговых организаций по целям, видам деятельности и хозяйственно-правовым формам. Унитарные предприятия и особенности их функционирования.

Механизм взаимодействия субъектов торговли с государством и другими субъектами потребительского рынка. Формы прямого и косвенного государственного регулирования внутренней торговли. Защита прав потребителей. Права продавца и покупателя. Черты и тенденции развития торговли в современных условиях. Основные направления развития торговли в Республике Беларусь в среднесрочных и долгосрочных перспективах.

Тема 2.2 Экономическая среда торговых организаций

Понятие экономической среды. Внешняя и внутренняя среда функционирования торговли. Формы прямого и косвенного воздействия внешней среды на результаты торговой деятельности. Факторы внутренней среды функционирования отрасли и субъектов торговли и их роль в повышении эффективности деятельности. Количественные и качественные показатели оценки результатов торговой деятельности. Экономические цели организаций торговли, понятие, классификация, показатели, их характеризующие. Требования, предъявляемые к системе целей. Зависимость целей от жизненного цикла организации (предприятия). Инструменты реализации экономических целей. Разработка экономической стратегии развития – условие достижения экономических целей организации. Стратегия поведения организаций торговли на потребительском рынке.

Стратегии, реализуемые во внешней и внутренней сферах деятельности организации. Понятие стратегического потенциала организации, показатели и факторы, его характеризующие. Движущие мотивы развития и факторы успеха субъектов торговли на потребительском рынке. Повышение конкурентоспособности – условие достижения стратегических целей развития организаций.

Тема 2.3 Научные основы прогнозирования и планирования торговли

Планирование - основа успеха в предпринимательской деятельности. Понятие и цель планирования. План как инструмент

реализации целей и задач торговли. Принципы и методы планирования. Понятие, методы, этапы прогнозирования. Виды планирования: стратегическое, тактическое, оперативное, краткосрочное, среднесрочное, долгосрочное. Основные элементы процесса планирования. Система показателей, используемых в планировании и требования, предъявляемые к ним. Государственные нормативы, учитываемые при составлении планов-прогнозов. Роль экономического анализа в прогнозировании и планировании торговли. Цели, задачи, методы и приемы экономического анализа.

Особенности разработки прогнозов и планов на отраслевом уровне и уровне организаций. План экономического и социального развития организаций (предприятий) торговли: содержание, показатели, исходная информация для его составления. Организация бизнес-планирования в торговле.

Государственные органы, осуществляющие экспертизу бизнес-планов коммерческих организаций и контроль за ходом их выполнения.

Раздел 3

РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Тема 3.1 Потребности, спрос, потребление

Потребности – исходная предпосылка формирования потребительского рынка. Диалектика развития потребностей. Покупательский спрос - как форма проявления потребностей и условие развития сферы товарного обращения. Факторы, определяющие объем, структуру и динамику развития спроса. Социальные нормативы как система основополагающих условий развития покупательского спроса в социально-ориентированной рыночной экономике. Минимальный потребительский бюджет, потребительская корзина, минимальная заработная плата. Показатели, используемые для оценки тенденций развития покупательского спроса. Закономерности и тенденции, характеризующие процесс развития покупательского спроса.

Прогнозирование спроса как элемент экономической системы. Информационное обеспечение прогнозирования спроса. Этапы прогнозирования спроса. Баланс денежных доходов и расходов населения - важнейший источник получения информации и результат прогнозирования покупательского спроса, объема и структуры. Методы прогнозирования покупательского спроса.

Потребление. Оценка уровня и структура потребления. Взаимосвязь спроса и потребления и их учет в процессе торговой деятельности.

Тема 3.2 Предложение и формирование товарных ресурсов

Товарное предложение как экономическая категория и составной элемент рынка. Экономический механизм взаимодействия торговли, производства и потребительского рынка. Особенности и источники формирования товарных ресурсов в трансформационной экономике. Современный механизм, задачи и методы управления товарными ресурсами. Факторы, определяющие объем и структуру товарных ресурсов и степень их соответствия покупательскому спросу. Прогнозирование как элемент системы управления товарными ресурсами. Баланс формирования и использования товарных ресурсов, методы его разработки.

Тема 3.3 Конъюнктура рынка потребительских товаров и услуг, методы ее исследования

Рынок, виды рынков, потребительский сектор, рынок потребительских товаров и услуг: сущность, структура, элементы взаимосвязи и особенности функционирования в современных условиях хозяйствования. Регуляторы рынка; рыночные и вне рыночные. Цена как элемент рынка и регулятор соотношения между спросом и предложением. Эластичность спроса и предложения от цены и доходов. Факторы, влияющие на эластичность спроса. Роль государства в обеспечении стабильности развития рынка потребительских товаров и услуг и осуществлении социальной политики в стране.

Закономерности и тенденции развития рынка потребительских товаров и услуг. Инновационная трансформация рынка потребительских товаров и услуг. Состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров и услуг в Республике Беларусь. Внешнеторговая деятельность Республики Беларусь и ее влияние на состояние внутреннего рынка. Влияние Союзного государства и других интеграционных объединений на рынок потребительских товаров и услуг Республики Беларусь.

Конъюнктура как экономическая категория, условие и ситуация сложившаяся на рынке потребительских товаров и услуг. Конъюнктура торговли – составной элемент конъюнктуры рынка, конъюнктурообразующие факторы. Мониторинг рынка: цели, задачи, организация, методы его исследования и прогнозирования. Система понятий и показателей, используемых для изучения рыночной ситуации. Источники и виды информации необходимые для изучения конъюнктуры рынка и способы ее получения.

Конъюнктурный обзор, разрабатываемый по результатам мониторинга рынка потребительских товаров и услуг. Структура конъюнктурного обзора и методика разработки. Особенности исследования и прогнозирования потребительского рынка, рынка потребительских товаров и услуг, товарного рынка, рынка торговых услуг. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка. Использование результатов мониторинга рынка в управленческой и коммерческой деятельности.

Раздел 4

ТОВАРООБОРОТ

Тема 4.1 **Товарооборот как экономическая категория**

Процесс продажи товаров – основа коммерческой деятельности хозяйствующих объектов. Продажа и их роль в достижении целей

организации. Ориентация на продажи – базовая философия современного бизнеса.

Сфера товарного производства, товарного обращения, потребления товаров и услуг, взаимосвязь и взаимозависимость. Функции участников рынка потребительских товаров и услуг.

Товарооборот как экономическая категория, показатель результативности деятельности и состояния субъектов национальной экономики, ее регионов, рынка потребительских товаров и услуг. Признаки товарооборота. Виды и формы товарооборота и их характеристика. Валовой, чистый, оптовый, розничный, внешнеторговый товарооборот, товарооборот по биржевому рынку.

Экономические предпосылки развития товарооборота. Методы учета товарооборота. Соотношение понятий и показателей «товарооборот» и «выручка». Взаимосвязь и увязка прогнозов и планов товарооборота на макро, мезо и микроуровнях. Принципы, этапы и формы стимулирования роста товарооборота.

Тема 4.2 Розничный товарооборот

Сфера розничной торговли и ее вклад в экономику страны. Внешняя и внутренняя среда розничной торговли, условия ее развития.

Розничный товарооборот в системе экономических категорий и показателей социально-экономического развития страны, региона, деятельности организаций розничной торговли.

Экономическая сущность розничного товарооборота. Состав и структура розничного товарооборота. Понятие физического объема розничного товарооборота и методика его исчисления. Показатели розничного товарооборота, их взаимосвязь и взаимообусловленность. Факторы, определяющие объем розничного товарооборота. Связь розничного товарооборота со спросом населения на товары. Методы государственного регулирования розничного товарооборота в условиях трансформационной экономики. Тенденции развития розничного товарооборота республики Беларусь. Система управления розничным товарооборотом на макро, мезо и микроуровне. Организация,

планирование, стимулирование, контроль как – составные элементы системы управления розничным товарооборотом. Стратегия планирования розничного товарооборота в условиях насыщенного и ненасыщенного рынка. Методы статистического наблюдения за прогнозным товарооборотом торговой организации. Методика расчета розничного товарооборота, формируемого через все каналы реализации, в том числе через торговые центры.

Модель стратегического регулирования розничного товарооборота в рыночной экономике. Исходные предпосылки, информационно – нормативная база и этапы разработки плана развития товарооборота. Анализ общего объема и структуры розничного товарооборота торговой организации. Последовательность и этапы анализа. Факторный анализ розничного товарооборота. Резервы роста товарооборота в современных условиях хозяйствования и методы подсчета неиспользованных резервов для их учета при разработке мероприятий по наращиванию объемов продаж и при разработке перспективной стратегии развития розничного товарооборота. Прогнозирование – начальный этап формирования плана розничного товарооборота. Методы прогнозирования товарооборота. Обоснование принципа достаточности розничного товарооборота при целевой ориентации на финансовое оздоровление и расширение доли рынка. Выбор варианта оптимального плана-прогноза розничного товарооборота. Критические характеристики оценки надежности плана. Порядок разработки плана розничного товарооборота в разрезе кварталов и по структурным подразделениям. Ассортиментная политика розничной торговой организации основы ее разработки и пути совершенствования. Формирование ассортимента, текущее планирование и стратегическое регулирование ассортиментной структуры. Организация и контроль за ходом реализации планов товарооборота.

Товарооборот организаций общественного питания – как часть розничного товарооборота. Сущность, состав, структура и характеристика товарооборота общественного питания. Анализ товарооборота и производственной программы предприятий общественного питания. Особенности прогнозирования и планирования товарооборота

общественного питания. Методы расчета производственной программы и выпуска обеденной продукции. Планирование продажи покупных товаров и оборота по оптовой продаже продукции собственного производства. Факторы роста объемов и совершенствования структуры оборота организации общественного питания.

Тема 4.3 **Оптовый товарооборот**

Связь розничного товарооборота с оптовым. Формирование коммерческих связей и развитие оптовой торговли в условиях трансформационной экономики. Тенденции развития оптовой торговли в Республике Беларусь. Концепции развития оптовой торговли в Республике Беларусь. Состав товарооборота оптовых организаций.

Экономическая сущность, состав и структура оптового товарооборота. Принципы классификации оптового товарооборота (по формам товародвижения, по категориям покупателей, по регионам, по структуре и ассортименту, по способу оплаты за товар). Оборот магазинов-складов как составная часть оптового товарооборота. Роль посредничества в развитии деятельности современных оптовых организаций. Посреднический товарооборот, его сущность, отражение в отчетности.

Особенности анализа, прогнозирования и планирования общего объема и структуры оптового товарооборота. Звенность товародвижения как исходная предпосылка для прогнозирования оптового товарооборота. Определение зоны обслуживания оптовой организации, товарооборота организаций-покупателей и участия оптовой организации в его формировании. Методика определения влияния изменения звенности товародвижения на оптовый товарооборот.

Алгоритм расчета неиспользованных резервов роста товарооборота оптовой организации. Учет и виды статистической отчетности по оптовому товарообороту и порядок составления отчета.

Содержание плана товарооборота оптовой организации и исходные предпосылки для его составления.

Методы прогнозирования оптового товарооборота и товарооборота оптовой организации. Порядок расчетов товарооборота по отдельным

группам товаров (исходя из потребности зоны обслуживания и схем товародвижения; с помощью коэффициента эластичности изменений оптового и розничного товарооборота). Особенности прогнозирования товарооборота по товарам, отечественного производства. Методики прогнозирования товарооборота организации по общему объему (исходя из товарооборота организаций-покупателей и звенности товародвижения; исходя из потребности в прибыли).

Резервы роста товарооборота оптовой организации и пути рационализации товародвижения. Совершенствование взаимоотношений с производителями и покупателями как важнейших из них.

Оптовые посредники и их значение в рыночной экономике.

Тема 4.4 Механизм управления товарным обеспечением и товарными запасами

Товарное обеспечение товарооборота в системе управления хозяйственной деятельностью организаций торговли. Оценка влияния товарного обеспечения на конечные результаты хозяйственно-финансовой деятельности и эффективность работы торговой организации. Формы и механизм формирования товарного обеспечения товарооборота. Факторы, определяющие объём и структуру товарного обеспечения. Критерии, методика выбора поставщика товаров. Эффективность закупки товаров. Контроль за ходом выполнения договоров и соблюдением условий поставки.

Оценка экономической эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками товарных ресурсов. Оптимизация затрат, связанных с организацией товарного обеспечения.

Планирование товарного обеспечения розничного и оптового товарооборота. Балансовый метод определения потребности торговых организаций в товарных ресурсах.

Товарные запасы – необходимое условие стабильного развития товарооборота. Понятие, сущность, причины образования, состав товарных запасов. Признаки классификации товарных запасов. Факторы, определяющие размер товарных запасов. Показатели оценки состояния и

эффективности использования товарных запасов. Анализ товарных запасов в динамике и за текущий период. Факторный анализ товарных запасов. Особенности анализа сезонных товарных запасов. Анализ качества товарных запасов.

Время товарного обращения и факторы его определяющие. Взаимосвязь скорости оборота товарных запасов и прибыльности торговых организаций. Оценка эффективности размещения товарных запасов.

Методы определения рациональных текущих товарных запасов: метод технико-экономических расчетов, опытно-статистический, экономико-математический; экспертных оценок. Определение прогнозной величины сезонных товарных запасов. Оптимизация товарных запасов. Критерии оптимальности товарных запасов. План товарных запасов. Оперативный контроль за формированием товарных запасов. Модель стратегического управления товарными запасами. Допустимый минимальный уровень запасов. Особенности анализа обеспеченности запасами, товарооборачиваемости, нормирования и планирования товарных запасов в организациях общественного питания. Специфика управления товарными запасами в оптовой торговле. Определение принципиального подхода к управлению запасами («от склада» или «от продаж»). Особенности анализа и расчета плановой величины товарных запасов в оптовой торговле.

Баланс розничного и оптового товарооборота и методика его разработки.

Раздел 5

РЕСУРСЫ ТОРГОВЛИ

Тема 5.1 Трудовые ресурсы и оплата труда в торговле

Трудовые ресурсы как экономическая категория и составная часть ресурсного потенциала торговли: понятие, значение в организации торговой деятельности и повышении ее эффективности. Особенности труда работников торговли и их влияние на формирование состава и структуры трудовых ресурсов. Факторы, определяющие качественные

изменения содержания труда в торговле и их влияние на профессионально-квалификационный состав трудовых ресурсов. Особенности состава и структуры трудовых ресурсов в розничной-оптовой торговле и общественном питании. Основные тенденции в динамике численности и структуре трудовых ресурсов в современных условиях. Обеспеченность торговли кадрами и насыщенность специалистами. Необходимость и формы государственного регулирования трудовых отношений и оплаты труда на национальном, отраслевом, региональном и микроуровнях. Методы планирования потребности торговли в трудовых ресурсах и в специалистах. Формы подготовки и повышения квалификации кадров торговли.

Состав, структура, движение трудовых ресурсов в организациях торговли, показатели их характеризующие. Понятие списочного состава, явочной и среднесписочной численности работников. Коллективный договор – основная форма регулирования трудовых отношений и оплаты труда между нанимателем и трудовым коллективом.

Формы и роль мотивации труда в достижении целей организации (предприятия).

Показатели оценки затрат и результатов труда работников. Производительность и эффективность труда: понятие, показатели и методы измерения. Факторы, влияющие на производительность и эффективность труда работников торговли. Содержание процесса управления производительностью труда. Нормирование труда в организациях торговли. Виды норм и нормативов труда.

Система показателей оценки эффективности использования трудовых ресурсов организаций торговли. Факторы и пути повышения производительности и эффективности труда.

Заработная плата как основная форма стимулирования труда, принципы ее организации. Сущность процесса управления стимулированием труда. Государственное регулирование оплаты труда. Роль отраслевых тарифных соглашений в регулировании оплаты труда работников торговли.

Тарифная система: понятие, значение, ее основные элементы. Единая тарифная сетка работников Республики Беларусь, ее содержание и применение в коммерческих организациях. Особенности организации оплаты труда руководителей коммерческих организаций.

Формы и системы заработной платы. Повременная заработная плата, ее сущность и условия эффективного применения.

Сдельная заработная плата, ее сущность, разновидности, условия применения. Контрактная форма оплаты труда, ее содержание и значение.

Гибкие системы оплаты труда, ее разновидности и возможности их применения в организациях торговли. Сущность бестарифной системы оплаты труда и условия ее применения.

Совершенствование оплаты труда – фактор инновационного развития торговли.

Принципы организации эффективной системы премирования работников торговли. Виды премирования.

Состав фонда заработной платы и источники его формирования. Виды выплат, включаемых в фонд заработной платы. Состав выплат стимулирующего и компенсирующего характера. Источники финансирования выплат премий. Виды выплат заработной платы, включаемые в расходы на реализацию товаров.

План по труду и заработной плате, его содержание и исходные предпосылки для разработки. Нормативные и инструктивные материалы, используемые при планировании показателей по труду и заработной плате. Анализ показателей по труду: численности, состава, структуры, движения трудовых ресурсов, производительности и эффективности труда работников организации торговли.

Анализ фонда заработной платы и система показателей оценки эффективности его использования.

Планирование численности, производительности труда работников. Методы прогнозирования численности работников и критерий выбора оптимального варианта прогноза.

Штатное расписание, его содержание и порядок составления. Нормы управляемости кадрами, учитываемые при создании структурных подразделений и составлении штатного расписания.

Планирование фонда заработной платы в организациях торговли. Методы планирования, их сущность, методика расчета основных видов выплат и фонда заработной платы торговой организации. Организация контроля за выполнением плана по труду и заработной плате.

Тема 5.2 Основные средства организаций торговли

Понятие, экономическая сущность, состав, назначение основных средства торговли. Материально-техническая база торговли как натурально-вещественная форма основных средств и составная часть экономического потенциала торговли. Показатели, характеризующие состояние, тенденции и закономерности развития материально-технической базы внутренней торговли Республики Беларусь. Показатели уровня обеспеченности материально-технической базой.

Виды основных средств по характеру использования: участвующие и не участвующие в предпринимательской деятельности. Признаки классификации основных средств, участвующих в предпринимательской деятельности. Структура основных средств: отраслевая, технологическая, возрастная. Факторы, влияющие на объем и структуру основных средств. Виды оценки основных фондов: первоначальная, восстановительная, остаточная, ликвидационная стоимость. Показатели, характеризующие движение и уровень технического состояния основных средств.

Амортизационная политика торговых организаций на современном этапе.

Понятие амортизируемой стоимости основных средств и методы начисления амортизации.

Линейный, нелинейный и производительный способы определения амортизационных отчислений, их сущность.

Показатели эффективности использования основных средств. Влияние эффективности использования основных средств на конечные результаты торговой деятельности. Основные направления улучшения

использования основных средств. Лизинг как фактор обновления основных средств и его экономические преимущества.

Необходимость, сущность и формы воспроизводства основных средств. Инвестиции в воспроизводство основных средств: объекты, структура, источники финансирования инвестиций. Понятие нового строительства, расширения и реконструкции, технического перевооружения действующих объектов торговли, модернизация оборудования и их значение. Структура инвестиций: отраслевая, воспроизводственная, технологическая. Приоритетные направления инвестиционной политики торговых организаций на современном этапе. Планирование инвестиций в воспроизводство основных средств в организациях торговли. Определение потребности в инвестициях. Показатели плана инвестиций в строительство нового объекта. Понятие норматива удельных затрат. Титульные списки объектов, их назначение и содержание.

Показатели и пути повышения экономической и социальной эффективности инвестиций, направляемых на воспроизводство основных средств организаций торговли.

Тема 5.3 Оборотные средства торговли

Оборотные фонды и фонды обращения: понятие, назначение, состав, структура. Оборотные средства, их экономическая сущность, структура и признаки классификации. Понятие чистого оборотного (работающего) капитала. Источники формирования оборотных средств. Факторы, определяющие объем и структуру оборотных средств торговли. Задачи и механизм управления оборотными средствами в современных условиях. Стратегии управления оборотными средствами, выбор оптимальной модели управления.

Нормирование оборотных средств - основа планирования потребности в оборотных средствах. Методика определения рациональных норм и нормативов оборотных средств по товарам, денежным средствам и прочим нормируемым товарно-материальным ценностям.

Показатели эффективности использования оборотных средств и их влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности организаций торговли. Пути повышения эффективности использования оборотных средств.

Раздел 6

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 6.1 Затраты и расходы в торговле

Экономическая сущность понятий «затраты», «расходы», «издержки». Совокупность затрат. Отличительные черты категории «расходы». Состав расходов. Расходы по видам деятельности, операционные расходы, внереализационные расходы.

Связь расходов торговой организации с издержками потребителя.

Признаки классификации расходов на реализацию товаров: по характеру затрат, отраслям и видам хозяйственной деятельности, товарам и товарным группам, в зависимости от влияния изменения объема товарооборота, объекта калькулирования затрат, от вида ресурсов, по способу распределения на товары и товарные группы, по выполняемым задачам, по участию торговли в создании национального дохода (или образовании стоимости).

Номенклатура статей расходов торговой организации по ведению основной деятельности.

Показатели, характеризующие состояние, динамику и эффективность текущих расходов торговой организации. Тенденции изменений расходов торговли, торговых организаций различных форм собственности. Абсолютные и относительные показатели. Факторы, влияющие на величину расходов. Факторы внешнего характера действия. Факторы, способствующие снижению (росту) расходов по реализации товаров. Анализ расходов по основной деятельности торговой организации. Цели, задачи, исходная информация, последовательность и методы анализа. Методика анализа выполнения плана по расходам за

отчетный год, в разрезе кварталов, по структурным подразделениям. Анализ динамики расходов. Анализ расходов в разрезе номенклатуры статей. Факторный анализ расходов торговой организации по реализации товаров. Оценка эффективности расходов по основной деятельности. Издержкостоемость продажи товаров и методы ее измерения. Резервы и направления снижения расходов торговой организации по основной деятельности.

Прогнозирование и планирование расходов торговой организации по основной деятельности. Исходные предпосылки, методы прогнозирования. Требования к обоснованности прогнозных показателей. Экономико-математические методы и модели, используемые для оптимизации расходов торговой организации. Методика прогнозирования расходов по реализации в постатейном разрезе. Порядок разработки плана расходов по общему объему и структуре в целом по торговой организации, по структурным подразделениям. Разработка мероприятий, обеспечивающих выполнение плана по расходам торговой организации, связанных с ведением основной деятельности. Особенности прогнозирования и планирования расходов по основной деятельности в организациях общественного питания и оптовой торговли.

Операционные расходы, состав, тенденции изменения, анализ и прогнозирование.

Расходы по внереализационным операциям и их состав. Специфика анализа, прогнозирования и планирования.

Механизм управления расходами торговой организации. Суть процесса управления, задачи, функции, субъекты, принципы, критерии и методы. системы управления затратами и расходами. Система, обеспечивающая реализацию текущих проблем, система «стандарт-косте», «контроллинг» система «директ-костинг». Общая система управления затратами (Total cost TCM).

Тема 6.2 Доходы торговли

Экономическая выгода. Доход как экономическая категория. Виды доходов. Общий и чистый доход. Роль и значение доходов как

экономического показателя. Функции доходов: воспроизводственная, регулирующая, стимулирующая, распределительная, оценочно-информационная. Направления использования доходов. Доходы торговой организации. Состав и источники формирования доходов от основной (от реализации товаров и услуг), от операционной и внереализационной деятельности. Доход-брутто, доход-нетто.

Торговые, оптовые надбавки, наценки, скидки, - важнейшие источники образования доходов от реализации. Дифференциация торговых надбавок по отдельным товарным группам. Методика расчета торговых надбавок по товарам, реализуемым по свободным (с учетом конъюнктуры рынка) и регулируемым ценам. Специфика исчисления торговых надбавок по социально-значимым товарам и скидок по квотируемым товарам. Формирование торговых надбавок по импортируемой продукции. Методы и принципы обоснования уровня торговой надбавки.

Порядок пересчета торговых надбавок в уровень дохода от реализации. Методы определения среднего размера торговой надбавки при различных условиях закупки и доставки товаров. Методы расчета базовой торговой надбавки в условиях развитой рыночной экономики.

Анализ доходов торговой организации. Цели, задачи, источники информации, последовательность анализа. Факторный анализ доходов торговой организации. Определение тенденций и пропорций в развитии доходов, неиспользованных внутри хозяйственных резервов роста доходности торгового бизнеса. Резервы внешней и внутренней среды, содействующие увеличению доходности торговой организации.

Методика прогнозирования и планирования доходов торговой организации. Прямая и обратная взаимозависимость доходов и потребности торговой организации в средствах на производственное, социальное развитие и оплату труда. Увязка прогнозной величины доходов с планами товарооборота, прибыли, с условиями деятельности, текущими и стратегическими задачами по развитию торговой организации. Методы расчета прогнозной величины доходов торговой организации: технико-экономический рост (метод прямого счета), расчетно-аналитический,

экономико-статистический, экономико-математический, целевого формирования прибыли, оптимизационные модели.

Методы определения показателей, характеризующих надежность прогнозных расчетов доходов торговой организации. Точка безубыточности. Критическая величина доходов, коэффициент покрытия, запас финансовой прочности.

Порядок разработки плана доходов в целом по организации, в разрезе структурных подразделений и поквартально.

Механизм управления доходами торговой организации. Ценовая и ассортиментная политика – основные составляющие комплекса мероприятий по совершенствованию системы управления доходами.

Тема 6.3 Прибыль и рентабельность торговли

Прибыль как экономическая категория и обобщающий показатель конечных финансовых результатов деятельности хозяйствующих субъектов. Функции прибыли. Виды прибыли.: экономическая, от торговой и посреднической деятельности, от основной деятельности (от реализации товаров и услуг), валовая (общая), налогооблагаемая, льготизируемая, чистая нераспределенная, минимальная, максимальная, целевая, на вложенный капитал, производителя, продавца, покупателя, номинальная, реальная, недополученная. Методика их исчисления. Источники образования прибыли от основной деятельности. Сальдо операционных доходов и расходов. Сальдо доходов и расходов от внереализационной деятельности. Факторы, определяющие величину прибыли. Факторы внешней и внутренней среды. Факторы, образующие прибыль. Взаимовлияющие факторы. Факторы, влияющие на прибыль от реализации. Классификация коммерческих функций в зависимости от участия их в формировании прибыли от реализации. Порядок формирования, распределения и использования прибыли торговой организации. Смета использования нераспределенной прибыли. Особенности распределения и использования прибыли акционерных обществ.

Система налогообложения торговых организаций. Взаимоотношения торговых организаций с финансовой системой по платежам в бюджет.

Рентабельность – относительный показатель прибыльности торговой организации, используемый для оценки результативности хозяйственной деятельности, конкурентоспособности торговых организаций, возможностей его дальнейшего функционирования, финансового состояния, проведения сравнительного анализа. Показатели рентабельности и методы их определения.

Анализ прибыли и рентабельности. Цели, задачи, информационное обеспечение, последовательность анализа. Анализ выполнения плана прибыли и ее динамики. Факторный анализ прибыли и рентабельности. Выявление неиспользованных резервов роста прибыльности. Прогнозный анализ прибыли. Планирование прибыли как инструмент обеспечения устойчивого финансового положения торговой организации. План прибыли, его содержание. Последовательность разработки плана прибыли. Методы прогнозирования прибыли. Оценка надежности прогнозных расчетов. Расчет плановой прибыли в целом по торговой организации, на год, в поквартальном разрезе и в разрезе структурных подразделений. Механизм управления прибылью и его элементы. Требования, предъявляемые к процессу управления прибылью. Цели и функции системы управления прибылью торговой организации. Этапы построения стратегии и содержание стратегического плана управления прибылью. Основные направления повышения прибыли и рентабельности. Классификация организаций розничной и оптовой торговли по возможностям обеспечения и поддержания прибыльной работы. Рост товарооборота, ускорение товарооборачиваемости, уменьшение массы расходов, увеличение нормы прибыли, повышение деловой активности – перспективные пути укрепления финансового положения торговых организаций.

Тема 6.4 Экономический потенциал торговли и ее социально-экономическая эффективность

Эффективность как экономическая категория и результат использования экономического потенциала торговли. Экономический потенциал торговли: понятие, количественные параметры. Составляющие модели экономического потенциала торговли

Экономическая и социальная эффективность торговли: понятие, показатели экономического и социального эффекта. Классификация ресурсов и затрат при оценке экономической эффективности торговли. Примененные и потребленные ресурсы (единовременные и текущие затраты), их состав и показатели стоимостной оценки.

Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую и социальную эффективность использования экономического потенциала торговли.

Критерии эффективности торговой деятельности и требования, предъявляемые к ним.

Критерии и показатели общеотраслевой экономической эффективности торговли. Методы измерения экономической и социальной эффективности: ресурсный и затратный, их сущность. Классификация и система показателей экономической эффективности. Обобщающие и частные показатели. Анализ и оценка экономической и социальной эффективности в розничной, оптовой торговле, общественном питании. Методика определения влияния изменения примененных ресурсов на динамику товарооборота и прибыли. Показатели оценки социальной эффективности торговли. Пути повышения эффективности использования экономического потенциала торговли. Зарубежный опыт оценки эффективности использования экономического потенциала субъектов рынка.

Раздел 7

ФИНАНСЫ ТОРГОВЛИ

Тема 7.1 Формирование и использование финансовых ресурсов торговли

Финансы торговли как составная часть финансов отраслей народного хозяйства и их значение в развитии торговой отрасли.

Понятие финансового обеспечения и финансовых ресурсов торговли. Принципы организации финансовой деятельности в торговле и способы ее финансирования. Основные направления использования финансовых ресурсов. Управление финансовыми ресурсами: задачи и содержание процесса управления. Финансовые стратегии: виды, содержание и роль их в обеспечении эффективной финансовой деятельности.

Источники образования финансовых ресурсов. Внешние и внутренние источники формирования собственных финансовых ресурсов. Особенности образования собственного капитала в организациях различных хозяйственно-правовых форм. Источники привлечения заемных финансовых ресурсов. Критерии определения предельного объема привлечения заемных средств. Финансовый кредит как основной источник привлечения заемных средств, его виды и роль в развитии товарооборота.

Принципы, условия предоставления кредитов торговым организациям. Показатели оценки кредитоспособности кредитополучателей. Документы, необходимые для получения кредита. Техничко-экономическое обоснование возврата кредита. Методика расчета полной процентной ставки за пользование кредитом

Кредитный договор, его содержание, порядок заключения. Определение потребности организаций торговли в кредитах.

Товарный кредит, его разновидности и влияние на финансовые результаты торговой деятельности.

Показатели оценки и пути повышения эффективности использования кредитных ресурсов.

Тема 7.2 Финансовое планирование в торговле

Задачи, принципы, методы и виды финансового планирования. Критерии принятия инвестиционных решений в процессе финансового планирования. Финансовый план: содержание и требования, предъявляемые к его разработке. Исходные предпосылки для составления финансового плана. Экономические расчеты, необходимые для обоснования показателей финансового плана. Нормативные и инструктивные материалы, используемые в процессе финансового планирования.

Анализ и оценка финансового состояния как важнейшая исходная предпосылка для разработки финансового плана. Понятие финансового состояния торговой организации и показатели его характеризующие. Цель, задачи, методы анализа и источники информации.

Анализ и оценка эффективности использования внеоборотных и оборотных активов, капитала, собственного оборотного капитала, финансовой устойчивости и платежеспособности.

Понятие, признаки, типы финансовой устойчивости и платежеспособности торговой организации. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость и платежеспособность. Оценка деловой (коммерческой) активности и финансовых результатов деятельности. Критерии оценки структуры баланса и платежеспособности торговой организации. Общая оценка финансового состояния и определение резервов и путей повышения эффективности использования финансовых ресурсов.

Составление финансового плана. Определение доходов и поступлений денежных средств, расходов и отчислений.

Взаимоотношения организаций торговли с госбюджетом по платежам в бюджет.

Финансовое прогнозирование – важнейшее условие обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности субъектов торговли.

Прогнозирование потока денежных средств. Содержание плана прогноза движения денежных средств. Организация контроля над выполнением финансового плана.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Законодательные и нормативные акты:

1. Закон Республики Беларусь «О торговле» 28 июля 2003г. №231-233. (нац. Реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003)
2. Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010гг. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 27 июля 2006 г. № 941.
3. Торговля. Термины и определения. Постановление госстандарта Республики Беларусь от 28 апреля 2003г. №22

Литература

Основная:

1. Экономика торгового предприятия. Торговое дело учебник (под ред.Л.А. Брагина) – М.: ИНФРА, 2008
2. Шелег Н.С., Валевиц Р.П., Давыдова Г.А. и др. Экономика организаций торговли. - Мн.: БГЭУ, 2009.
3. Экономика предприятий торговли: практикум (под ред. Р.П. Валевиц, Г.А. Давыдовой) – Мн.: БГЭУ, 2003
4. Экономика предприятий торговли: учеб. пособие (под общ. ред. Н.В. Максименко, Е.Н. Шишковой). – Минск, Вышэйшая школа, 2009
5. О.П. Ефимова Экономика общественного питания: учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2008
6. Л.И. Кравченко Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник. – Мн. Новое знание, 2007

Дополнительная:

1. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учеб. пособие (под ред. Г.И. Николаевой и Н.Е. Егоровой).-М.: изд. КНОРУС, 2008
2. Л.И. Ерохина экономика предприятия (в сфере товарного обращения). Учебник. М.: КНОРУС, 2009
3. Г.А. Короленок Менеджмент в торговле: учебное пособие.- Мн.:БГЭУ, 2007
4. А.Г. Ромина Коммерческая деятельность: учеб. пособие, Минск, БГЭУ, 2009
5. В.Н. Платонов Организация и технология торговли: учебное пособие, Минск, БГЭУ, 2009

6. Н.Г. Хваткин Экономика оптовой торговли продтоварами: учебное пособие, - М.: ЭКСМО, 2007
7. А.М. Фридман Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник. – М.: корпорация «Дашков «К», 2008
8. Н.С. Шелег Товарный рынок: научное издание – М.: изд. Дом МСМ, 2004 (СЕР. «Союзное государство». Кн.4)
9. Н.С. Шелег, Ю.И. Енин и др. Международная торговля: пособие. – Мн.: БГЭУ, 2009
- 10.И.А. Бланк Торговый менеджмент: Учебный курс. – Киев: НИКА – Центр, 2004
- 11.С.А. Виноградова Коммерческая деятельность: учебник (С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова). – Минск: БГЭУ, 2005
- 12.Национальная экономика Беларуси: Учебник (под общ. ред. В.Н. Шимова). – Минск, БГЭУ, 2009
- 13.К.А. Раицкий Экономика организации (предприятия): - М.: «Дашков «К», 2005
- 14.С.И. Скриба, Н.Н. Скриба Экономико-статистическое моделирование и прогнозирование средствами SXEXcel: учеб. пособие, Минск, БГЭУ, 2002
- 15.А.Д. Шеремет Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: учеб. пособие (А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев). – М.: ИНФРА, 2003
- 16.Экономика и организация торговой деятельности: учеб. пособие (под общ. ред. А.Н. Соломатина). – М.: ИНФРА, 2003
- 17.Экономический анализ в торговле: учеб. пособие (под ред. М.И. Баканова). – М.: Финансы и статистика, 2004
- 18.Прогнозирование и планирование экономики. Учебник (В.И.Борисевич, Г.А. Кандаурова, Н.С. Шелег и др). – Мн.: Новая школа, 2005
- 19.Шелег Н.С. Концепция формирования единого потребительского рынка Беларуси и России в условиях создания Союзного государства.-М.:2004 (д.д.).
- 20.Шелег Н.С. Основы экономики торговли и регулирования потребительского рынка.-М.:СИА, 2009.-96с.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
 Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
 Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by>