

**Відокремлений структурний підрозділ  
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж  
Державний торговельно-економічний університет»**

**З В І Т**

**Практична підготовка: навчальна практика**

|                                       |                                                                      |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Назва практики                        | Навчальна практика. Інструменти автоматизації професійної діяльності |
| Циклова комісія                       | Економіки, управління та адміністрування                             |
| Галузь знань                          | D "Бізнес, адміністрування та право"                                 |
| Спеціальність                         | D5 " Маркетинг "                                                     |
| Прізвище, ім'я, по батькові здобувача | Чупріна Віра Олегівна                                                |
| Курс, академічна група                | 1 курс, група МР-25                                                  |

**Харків, 2026**

**Календарний графік проходження навчальної практики.  
Інструменти автоматизації професійної діяльності**

| № з/п | Назва робіт                                                                                                                                                       | Тижні проходження практики |   | Відмітки про виконання |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---|------------------------|
|       |                                                                                                                                                                   | 1                          | 2 |                        |
| 1     | Створення персонального інформаційного середовища з використанням Microsoft OneDrive. Обмін документами з колегами, надання прав доступу для спільної діяльності. | +                          |   | Виконано               |
| 2     | Використання Microsoft Outlook для щоденної роботи з електронною поштою. Щоденне планування завдань за допомогою програм Microsoft To Do та Calendar.             | +                          |   | Виконано               |
| 3     | Управління робочими процесами та організація спільної роботи над проектами з використанням програми Microsoft Teams.                                              | +                          |   | Виконано               |
| 4     | Створення опитування за допомогою програми Microsoft Forms.                                                                                                       | +                          |   | Виконано               |
| 5     | Аналіз тенденцій сезонних коливань з використанням індексів сезонності.                                                                                           | +                          |   | Виконано               |
| 6     | Аналіз і моделювання обсягу реалізованої продукції на основі точки беззбитковості                                                                                 | +                          |   | Виконано               |
| 7     | Виконання ABC-аналіз.                                                                                                                                             | +                          |   | Виконано               |
| 8     | Створення презентації за допомогою Microsoft PowerPoint для захисту звіту з навчальної практики.                                                                  |                            | + | Виконано               |
| 9     | Проектування спрощеної 3D-моделі «Офісне приміщення».                                                                                                             |                            | + | Виконано               |
| 10    | Індивідуальне завдання № 1. Презентація проєкту нового товару (послуги) або нової споживчої цінності для існуючого товару                                         |                            | + | Виконано               |
| 11    | Індивідуальне завдання № 2. Побудова трендових моделей.                                                                                                           |                            | + | Виконано               |
| 12    | Складання та захист звіту.                                                                                                                                        |                            | + | Виконано               |

Керівник практики: \_\_\_\_\_

Тетяна КУНІЧЕВА



## 1. Перелік виконаних завдань для самостійної роботи (копії екранів, що підтверджують їх виконання)

### Тема 1. Цифрові технології Microsoft 365 у фінансовій сфері

#### 1.1. Створення інформаційного середовища з використанням Microsoft OneDrive

**Тема:** Організація та управління комунікаційними процесами за допомогою електронної пошти Microsoft Outlook. Щоденне планування завдань за допомогою Microsoft Calendar, Microsoft To Do.

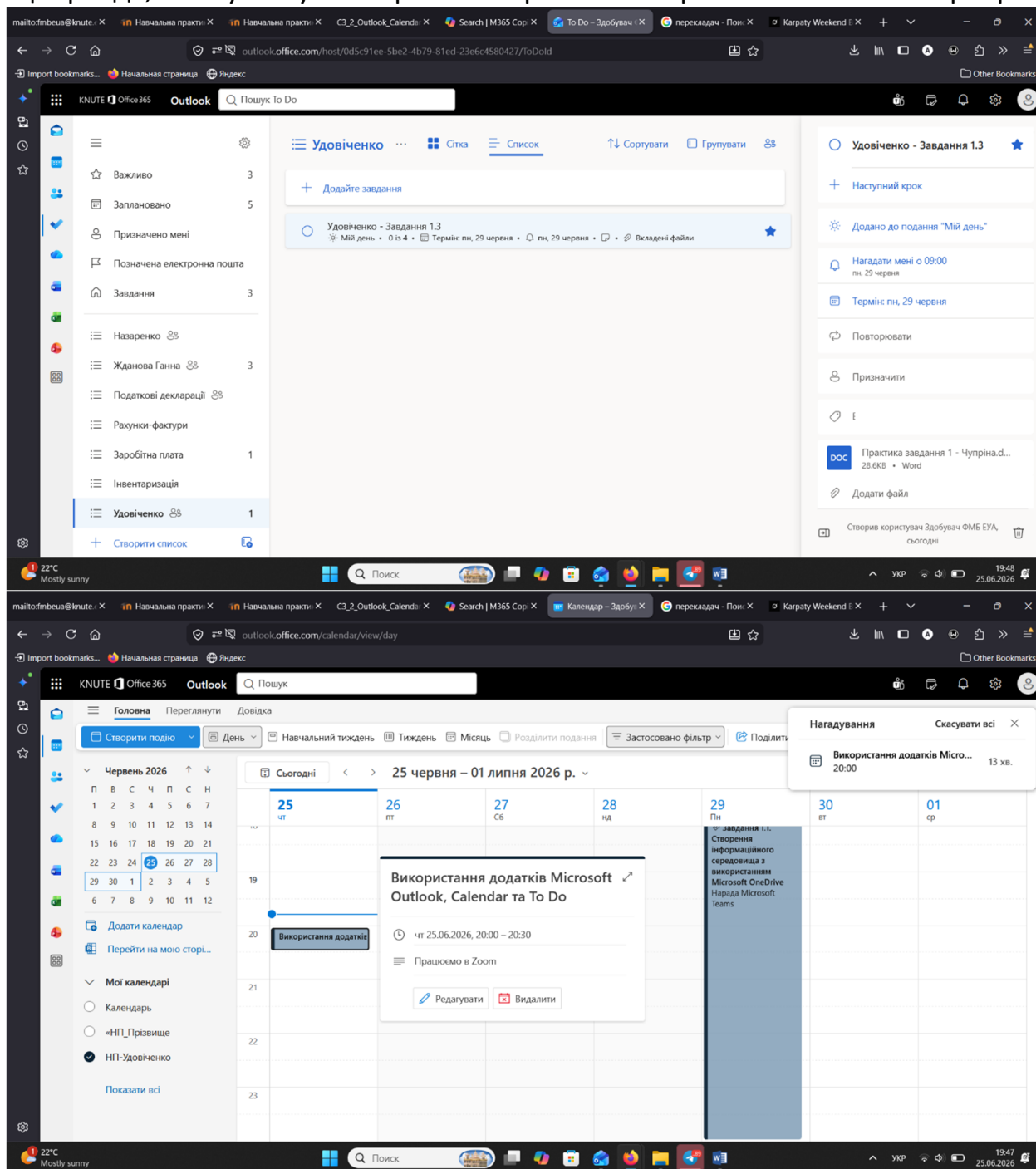
**Мета заняття:** набуття практичних навичок організації та управління комунікаційними процесами за допомогою електронної пошти Microsoft Outlook, щоденного планування завдань за допомогою Microsoft Calendar, Microsoft To Do.

**Завдання:** навчитися працювати з електронною поштою та здійснювати щоденне планування завдань.

#### Теоретичні відомості

Робота з електронною поштою **Microsoft Outlook**. Електронна пошта (англ. e-mail, або email, скор. від electronic mail) – популярний сервіс в Інтернеті, що уможливорює обмін даними будь-якого змісту. Електронною поштою можна надсилати не лише текстові повідомлення, а й документи, графіку, аудіо-, відеофайли, програми тощо. Через електронну пошту можна отримати послуги інших сервісних мереж. Електронна пошта Outlook – типовий сервіс відкладеного зчитування (off-line). Після відправлення повідомлення, в більшості випадків у вигляді звичайного тексту, адресат отримує його на свою електронну поштову скриньку. Потім, у зручний для адресата час, знайомиться з ним. Електронна пошта схожа на звичайну пошту. Звичайний лист складається із конверта, на якому зазначено адресу отримувача та стоять штампи поштових відділень шляху слідування, а також вмісту – власне листа. Електронний лист складається із заголовків, які містять службову інформацію (про автора листа, отримувача, шлях проходження листа). Як і в звичайному листі, можна поставити свій підпис (у тому числі – електронний). Звичайний лист може не дійти до адресата або дійти з запізненням, аналогічно може й електронний лист. Звичайний лист доволі дешевий, а електронна пошта – найдешевший вид зв'язку. Отже, електронна пошта має переваги (простоту, дешевизну, можливість пересилання нетекстової інформації, можливість підписати та зашифрувати лист) і недоліки (негарантований час пересилання, можливість доступу для третіх осіб під час пересилання, неінтерактивність) звичайної пошти. Але в листах є й суттєві відмінності. Вартість пересилання звичайної пошти значною мірою залежить від того, куди вона повинна бути доставлена, її розміру (ваги) та типу. У

електронної пошти такої залежності немає. Електронний лист можна шифрувати й підписувати надійніше та зручніше, ніж лист на папері – для останнього, власне, взагалі не існує загальноприйнятих засобів шифрування. Швидкість доставки електронних листів набагато вища, ніж паперових. Загалом, залежно від розміру листа та швидкості каналу зв'язку, доставка електронного листа триває в середньому від кількох секунд до кількох хвилин. Щоправда, можуть бути затримки через збої в роботі поштових серверів.



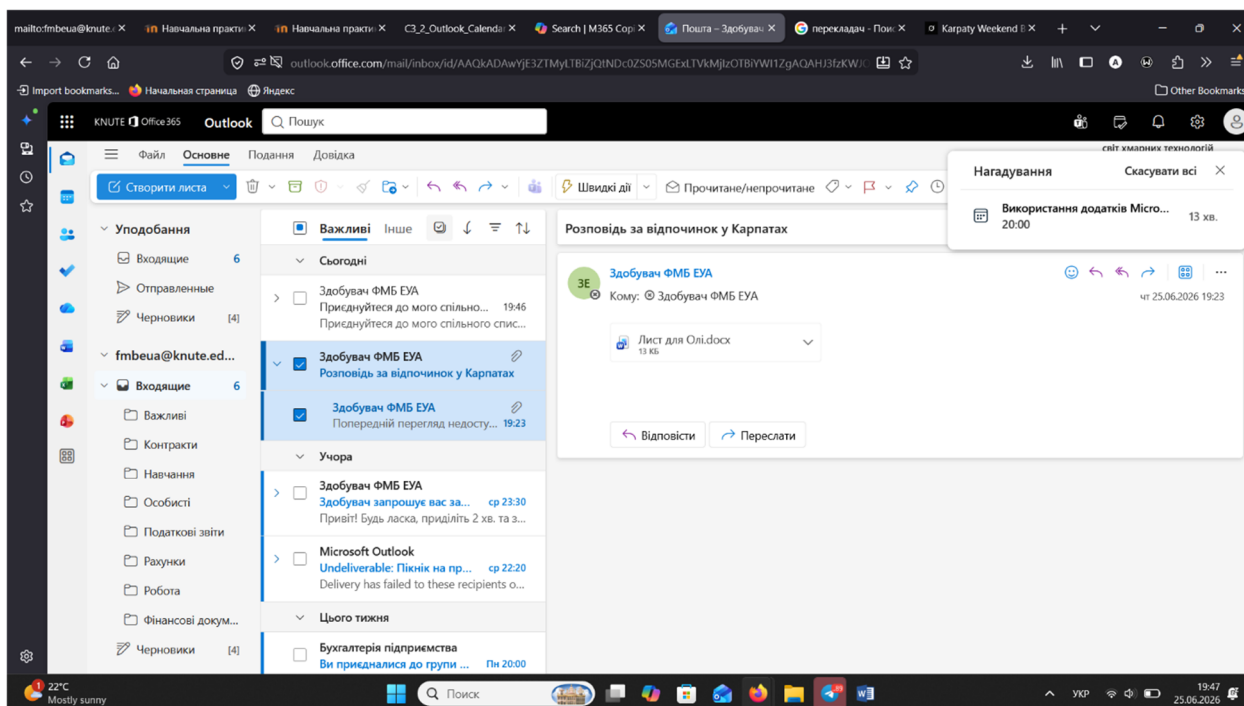
The image displays two screenshots of the Outlook web interface, showing a calendar and an inbox view.

**Top Screenshot: Calendar View**

- Calendar:** View of June 2026. The current date is 25th June. A task overlay is visible for "Завдання 1.1. Створення інформаційного середовища з використанням Microsoft OneD...".
- Task Overlay:**
  - Title:** Завдання 1.1. Створення інформаційного середовища з використанням Microsoft OneD...
  - Buttons:** Приєднатися, Чат
  - Details:** Пн 29.06.2026, 18:00 – вт 30.06.2026, 0:30; Нарada Microsoft Teams; Виконання завдання та зустріч у Zoom.
  - Actions:** Редагувати, Видалити
- Notifications:** Використання додатків Micro... 20:00, 13 хв.

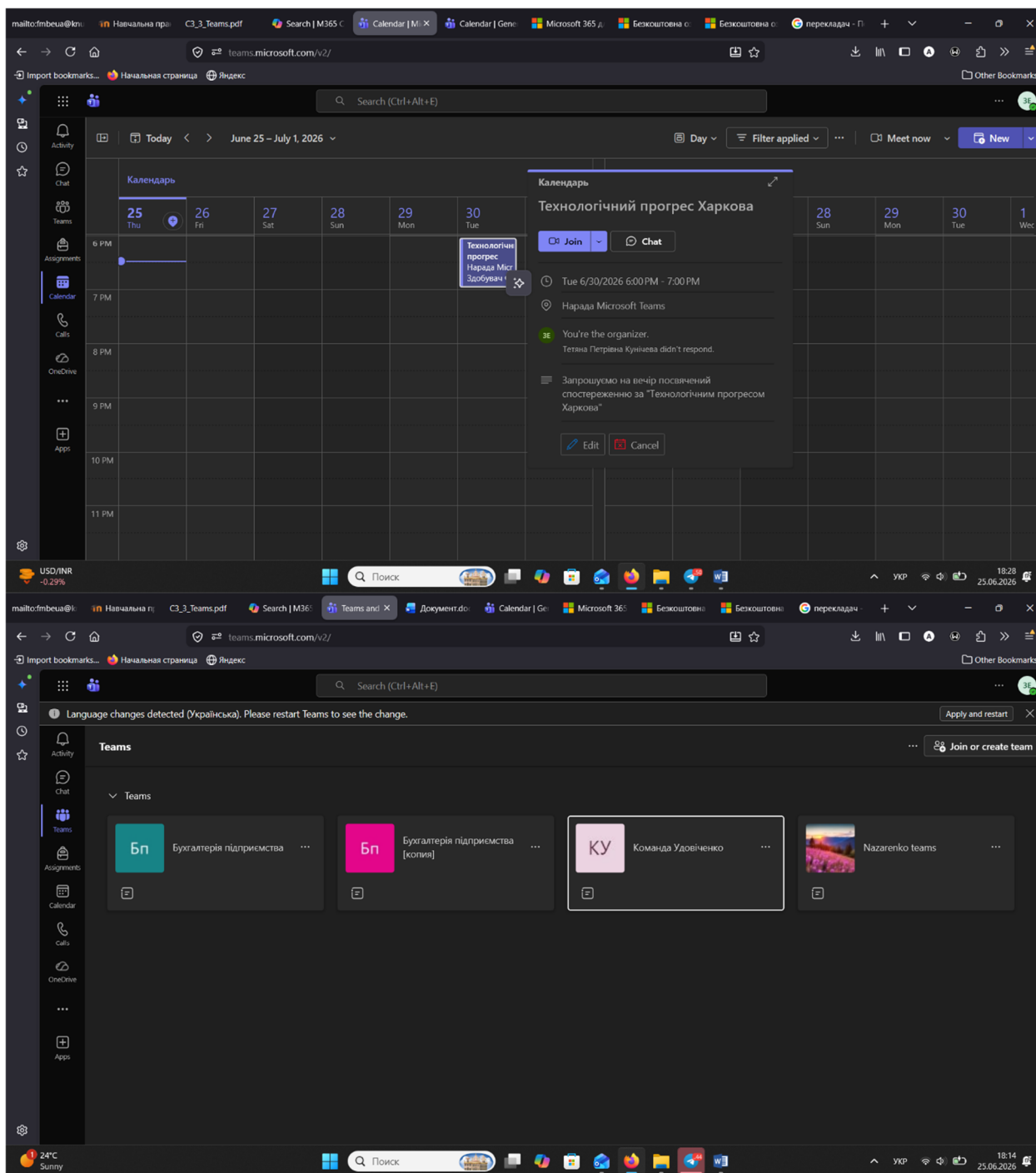
**Bottom Screenshot: Inbox View**

- Inbox:** List of emails. The selected email is from "Здобувач ФМБ ЕУА" with the subject "Приєднуйтеся до мого спільного списку в Microsoft To Do".
- Email Content:**
  - From:** Здобувач ФМБ ЕУА
  - To:** Кому: Здобувач ФМБ ЕУА
  - Text:** Приєднуйтеся до мого спільного списку "Удовіченко" в Microsoft To Do. <https://outlook.office.com/tasks/sharing?invitationToken=cl6vDjlg6oRYF2xfgUneqAIY3fGTRP9Tfm-DJnQot3cuEC6p6f5MGdeh4tM9ymdGc>
  - Buttons:** Відповісти, Переслати
- Notifications:** Використання додатків Micro... 20:00, 13 хв.



**Робота з Microsoft Calendar.** Календар призначено для фіксації подій та заходів у хмаро-орієнтованому середовищі. Зокрема, в календарі є три види подання (відображення) – день, тиждень і місяць. Сторінка календаря вміщує поточну дату, яка автоматично оновлюється. На порталі дозволяється вести кілька календарів, які позначаються різними кольорами. Для інтеграції подій можна одночасно переглянути до 10 календарів, позначивши потрібні календарі галочкою. Календар – це сервіс для планування зустрічей, подій і справ. Він дозволяє задавати час зустрічі, створювати повторювані заходи, встановлювати нагадування, а також запрошувати інших учасників (їм висилається повідомлення електронною поштою). Нагадування про події можна отримувати електронною поштою. Робота з Календарем здійснюється у вікні браузера через веб-інтерфейс, а всі дані зберігаються на сервері Майкрософт, тому отримати доступ до розкладу можна з будь-якого комп'ютера, підключеного до мережі Інтернет.

The image shows a screenshot of the Microsoft Teams web interface. The top navigation bar includes the user's email (mailto:fmbeba@k...), a list of open tabs (Навчальна пра... C3\_3\_Teams.pdf, Search | M365 C, Calendar | Micr..., Calendar | G: X, Microsoft 365 д., Безкоштовна о., Безкоштовна о., перекладч - П.), and standard browser controls. The main content area displays a calendar for the week of June 25 to July 1, 2026. A meeting titled 'Удовіченко - Технологічний прогрес Харкова' is highlighted for Tuesday, June 30, from 6:00 PM to 7:00 PM. The meeting details panel on the right shows the title, a 'Join' button, the time, the location 'Нарада Microsoft Teams', and a message from the organizer: 'You're the organizer. Тетяна Петрівна Кунічева didn't respond.' Below this, it says 'Запрошуємо на вечір посвячений спостереженню за "Технологічним прогресом Харкова"' and provides 'Edit' and 'Cancel' options. The bottom of the screen shows a Windows taskbar with a search bar (Поиск), several application icons, and system status (23°C Sunny, 18:29, 25.06.2026). Below the main screenshot, a second, smaller screenshot shows the same meeting details in a different view, titled 'Технологічний прогрес Харкова - Meeting - Календарь'. This view includes tabs for 'Event', 'Series', 'Cancel', 'Busy', 'Tracking', and 'Options'. It lists participants: 'Тетяна Петрівна Кунічева' (TK) and 'Здобувач ФМБ ЕУА' (ZE). The 'Tracking' section shows the organizer 'Здобувач ФМБ ЕУА' and attendees, including 'Тетяна Петрівна Кунічева' (TK) who is 'Required'. The meeting link is provided: <https://teams.microsoft.com/meet/368299283844450?p=OfCyrYYEW1iL9knzrl>. The meeting ID is 368 299 283 844 450 and the access code is a3oLT87a.



**Робота з Microsoft Forms.** Microsoft Forms – це доволі простий сервіс, який надає можливість окремим особам, малим підприємствам, навчальним закладам і державним установам легко створювати опитування, тести та інші типи форм. Унікальність і цінність цього сервісу полягає в тому, що він дає змогу проводити оцінювання автоматично та забезпечує зворотний зв'язок завдяки спеціально вбудованому функціоналу. Автоматичне оцінювання заощаджує час, який витрачається зазвичай на опрацювання відповідей. Вбудований зворотний зв'язок допомагає модераторам опитувань персоналізувати повідомлення залежно від змісту відповідей.

The image displays two screenshots from a web browser, likely Microsoft Edge, showing a survey titled "Регистрація події в коледжі" (Event Registration at the College).

**Top Screenshot: Excel Spreadsheet**

The browser address bar shows the URL: `knute2017-my.sharepoint.com/:x/r/personal/fmbeua_knute_edu_ua/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc={2479A5B2-2551-40A0-B000-000000000000}`. The Excel ribbon is set to "Конструктор таблиць" (Table Designer). The spreadsheet contains the following data:

| Id | Час початку      | Час завершення   | Електронна пошта    | Ім'я             | Ваше ім'я | Вам подобається | Який сеанс ви планували | Чи потрібен вам якийсь додатковий ресурс | Чи є у вас алергія на їжу | Звідки ви приїжджаєте |
|----|------------------|------------------|---------------------|------------------|-----------|-----------------|-------------------------|------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|
| 1  | 25.06.2026 20:04 | 25.06.2026 20:05 | fmbeua@knute.edu.ua | Здобувач ФМБ ЕВА | Віра      | Звісно так      | Сеанс 3;                | Так                                      | ні                        | З нашого міста        |

**Bottom Screenshot: Forms Survey Results**

The browser address bar shows the URL: `forms.cloud.microsoft/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=gjmsSA0SkaylaNu...`. The page title is "Регистрація події в коледжі" and it shows "Збережено" (Saved). The survey results are as follows:

**Огляд відповідей** (Active)

- Відгуки: 1
- Середня тривалість: 01:20
- Тривалість: 0 Дні

**1. Ваше ім'я** (Докладніше)

1 Відгуки

Останні відповіді: "Віра"

**2. Вам подобається навчання у коледжі** (Докладніше)

Так 0

**Аналітичні висновки та дії**

Аналіз і перегляд актуальних результатів у Excel.

Регистрація події в коледжі  
Здобувач ФМБ ЕВА > Documents

Перевірка окремих результатів



mailto:fm: Навч: ЗСР\_1\_4\_1 Навч: Search Micro Micro Аналі Micro Аналі Аналі Micro Ресурс Аналі Аналі Ресурс

forms.cloud.microsoft/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=glijms5A0SkaylaNu: Other Bookmarks

Import bookmarks... Начальная страница Яндекс

Forms Ресурсація події в коледжі Збережено

Стиль Параметри Попередній перегляд Зібрати відповіді Переглянути відповіді Провести презентацію

Шаблони

## Ресурсація події в коледжі

Збирайте інформацію для своєї події, наприклад кількість відвідувачів, логістичні аспекти, бажане меню тощо.

1. Ваше ім'я \*  
Введіть свою відповідь
2. Вам подобається навчання у коледжі \*  
☐ Так  
☐ Звісно так
3. Який сеанс ви плануєте відвідати?  
☐ Сеанс 1  
☐ Сеанс 2  
☐ Сеанс 3

21°C Partly sunny Поиск 20:25 25.06.2026

mailto:fm: Навч: ЗСР\_1\_4\_1 Навч: Search Micro Micro Аналі Micro Аналі Аналі Micro Ресурс Аналі Аналі Ресурс

forms.cloud.microsoft/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=glijms5A0SkaylaNu: Other Bookmarks

Import bookmarks... Начальная страница Яндекс

Forms Аналіз задоволеності покупців якістю обслуговування в роздрібній мережі Збережено

Стиль Параметри Попередній перегляд Зібрати відповіді Переглянути відповіді Провести презентацію

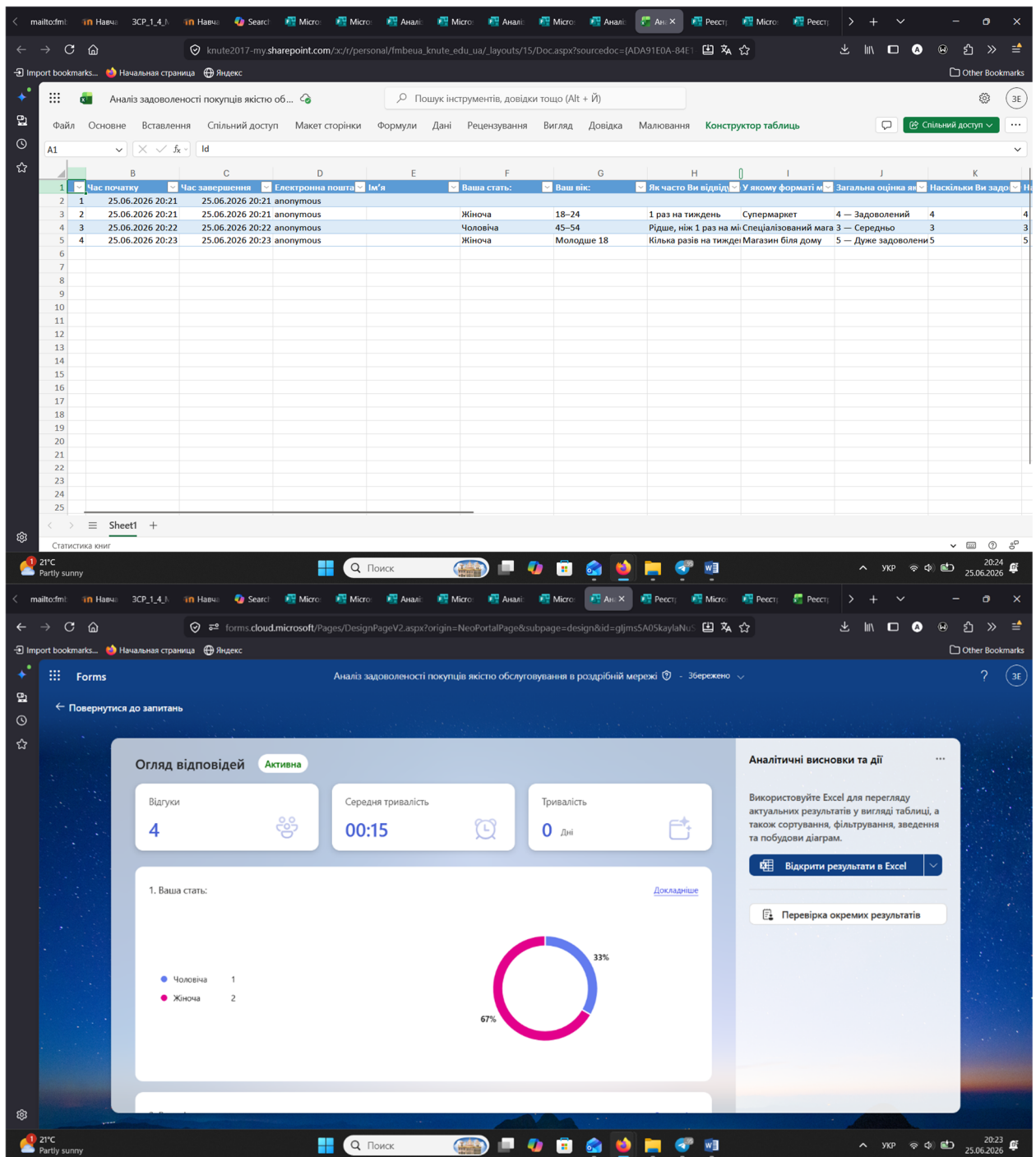
Шаблони

## Аналіз задоволеності покупців якістю обслуговування в роздрібній мережі

1. Ваша стать:  
☐ Чоловіча  
☐ Жіноча
2. Ваш вік:  
☐ Молодше 18  
☐ 18-24  
☐ 25-34  
☐ 35-44

21°C Partly sunny Поиск 20:24 25.06.2026





**Тема заняття: Аналіз тенденцій сезонних коливань з використанням індексів сезонності**

**Мета заняття:** Виконати аналіз тенденцій сезонних коливань, що склалися, та розробити прогноз на наступний рік.

**Завдання:** засобами MS Excel виконати аналіз даних.

Удовиченко\_CP\_1.5 - Excel (Свой активации продукта)

Дані про доходи кафе за три роки (тис. грн)

| Квартал                                       | Рік    |        |         | Разом            | Середній рівень, $\bar{y}_i$ | Середній темп, $I_{i, \text{ср}} \%$ | Розподіл планової виручки по кварталах |
|-----------------------------------------------|--------|--------|---------|------------------|------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
|                                               | 2023   | 2024   | 2025    |                  |                              |                                      |                                        |
| I                                             | 19 420 | 21 260 | 25 050  | 65 730           | 21 910,00                    | 82,1%                                | 26 687,0                               |
| II                                            | 29 570 | 27 040 | 37 040  | 93 650           | 31 216,67                    | 117,0%                               | 38 022,7                               |
| III                                           | 25 040 | 32 910 | 38 340  | 96 290           | 32 096,67                    | 120,3%                               | 39 094,6                               |
| IV                                            | 21 940 | 17 450 | 25 130  | 64 520           | 21 506,67                    | 80,6%                                | 26 195,7                               |
| Всього за рік, тис. грн                       | 95 970 | 98 660 | 125 560 | 320 190          | 26 682,50                    | 100,0%                               | 32500                                  |
| Планова виручка на майбутній рік              |        |        |         | 130 000 тис. грн |                              |                                      |                                        |
| Планова виручка на квартал в майбутньому році |        |        |         | 32 500 тис. грн  |                              |                                      |                                        |

Дані про кількість відвідувачів кафе за три роки (чол.)

| Місяць                                          | Рік    |        |        | Разом       | Середній рівень, $\bar{y}_i$ | Середній темп, $I_{i, \text{ср}} \%$ | Розподіл відвідувачів по місяцях, чол. |
|-------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------------|------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
|                                                 | 2023   | 2024   | 2025   |             |                              |                                      |                                        |
| січень                                          | 811    | 839    | 826    | 2 476       | 825,3                        | 79,0%                                | 855                                    |
| лютий                                           | 905    | 887    | 906    | 2 698       | 899,3                        | 86,0%                                | 932                                    |
| березень                                        | 1 007  | 1 010  | 1 111  | 5 174       | 1042,7                       | 99,8%                                | 1 081                                  |
| квітень                                         | 980    | 993    | 962    | 2 935       | 978,3                        | 93,6%                                | 1 014                                  |
| травень                                         | 1 153  | 1 137  | 1 127  | 3 417       | 1139,0                       | 109,0%                               | 1 181                                  |
| червень                                         | 1 185  | 1 202  | 1 339  | 6 352       | 1242,0                       | 118,8%                               | 1 287                                  |
| липень                                          | 1 380  | 1 378  | 1 385  | 4 143       | 1381,0                       | 132,1%                               | 1 431                                  |
| серпень                                         | 1 179  | 1 212  | 1 207  | 3 598       | 1199,3                       | 114,7%                               | 1 243                                  |
| вересень                                        | 1 090  | 1 132  | 1 105  | 3 327       | 1109,0                       | 106,1%                               | 1 149                                  |
| жовтень                                         | 985    | 969    | 951    | 2 905       | 968,3                        | 92,6%                                | 1 004                                  |
| листопад                                        | 890    | 901    | 905    | 2 696       | 898,7                        | 86,0%                                | 931                                    |
| грудень                                         | 850    | 839    | 890    | 2 579       | 859,7                        | 82,2%                                | 891                                    |
| Всього за рік, чол.                             | 12 415 | 12 499 | 12 714 | 37 628      | 1045,2                       | 100,0%                               | 1 083                                  |
| Планова кількість відвідувачів на 2026 рік      |        |        |        | 13 000 чол. |                              |                                      |                                        |
| Умовна середня кількість відвідувачів за місяць |        |        |        | 1 083 чол.  |                              |                                      |                                        |

**Тема заняття:** Аналіз і моделювання обсягу реалізованої продукції на основі точки беззбитковості

**Мета заняття:** порівняти два запропонованих проєкта на основі таких показників: чистий прибуток, точка беззбитковості, виручка (товарообіг), комерційна рентабельність, термін окупності. На основі виконаних розрахунків обґрунтувати доцільність вибору одного з двох варіантів для розширення виробництва та реалізації продукції.

**Завдання:** засобами MS Excel виконати аналіз даних.

Чуприна\_Віра\_СР\_1.6 - Excel (Свой активации продукта)

Вкладка: Главная | Вставка | Разметка страницы | Формулы | Данные | Рецензирование | Вид

Буфер обмена: Вставить | Ж | К | Ч | Шрифт: Calibri 13 | Выравнивание: | Число: | Условное форматирование: | Форматировать как таблицу: | Стили: | Вставить | Удалить | Формат: | Автоподсказка: | Заполнить: | Очистить: | Сортировка: | Найти и выделить: | Редактирование: | Общий доступ: |

Ф25

| Вихідні дані |                                 |                |            |                     |            |
|--------------|---------------------------------|----------------|------------|---------------------|------------|
| №№           | Показники                       | Одиниця виміру | Позначення | Варіанти технології |            |
|              |                                 |                |            | Власне виготовлення | Закупівля  |
| 1            | Очікуваний попит на місяць      | шт./місяць     | $n_m$      | 5 850               | 5 350      |
| 2            | Річний об'єм продажу            | шт.            | $N_o$      | 70 200              | 64 200     |
| 3            | Об'єм продажу за період аналізу | шт.            | $N$        | 140 400             | 128 400    |
| 4            | Вартість порції морозива        | грн            | $c$        | 110,00              | 110,00     |
| 5            | Постійні витрати                | грн            | $Q_o$      | 285 000,00          | 192 000,00 |
| 6            | Змінні витрати                  | грн            | $q$        | 44,20               | 57,20      |
| 7            | Період аналізу                  | рік            | $T$        | 2                   | 2          |

| Розрахункові показники |                              |                |            |                     |               |
|------------------------|------------------------------|----------------|------------|---------------------|---------------|
| №№                     | Показники                    | Одиниця виміру | Позначення | Варіанти технології |               |
|                        |                              |                |            | Власне виготовлення | Закупівля     |
| 1                      | Маржинальний прибуток        | грн            | $m_p$      | 65,80               | 52,80         |
| 2                      | Повний маржинальний прибуток | грн            | $M_p$      | 9 238 320,00        | 6 779 520,00  |
| 3                      | Чистий прибуток              | грн            | $P$        | 8 953 320,00        | 6 587 520,00  |
| 4                      | Точка беззбитковості         | шт.            | $V_o$      | 4 331               | 3 636         |
| 5                      | Повні змінні витрати         | грн            | $Q$        | 6 205 680,00        | 7 344 480,00  |
| 6                      | Скупні витрати               | грн            | $Q_s$      | 6 490 680,00        | 7 536 480,00  |
| 7                      | Виручка (товарообіг)         | грн            | $C$        | 15 444 000,00       | 14 124 000,00 |
| 8                      | Комерційна рентабельність    | %              | $R_k$      | 57,97%              | 46,64%        |
| 9                      | Середньоденний попит         | шт.            | $n_d$      | 201                 | 183           |
| 10                     | Термін окупності             | день           | $t_d$      | 22                  | 20            |
| 11                     | Термін окупності             | місяць         | $t_m$      | 0,74                | 0,68          |

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

Готово

21°C Sunny

Поиск

Чуприна\_Віра\_СР\_1.6 - Excel (Свой активации продукта)

Вкладка: Главная | Вставка | Разметка страницы | Формулы | Данные | Рецензирование | Вид

Буфер обмена: Вставить | Ж | К | Ч | Шрифт: Calibri 13 | Выравнивание: | Число: | Условное форматирование: | Форматировать как таблицу: | Стили: | Вставить | Удалить | Формат: | Автоподсказка: | Заполнить: | Очистить: | Сортировка: | Найти и выделить: | Редактирование: | Общий доступ: |

Ф25

| Вихідні дані |                                 |                |            |           |               |
|--------------|---------------------------------|----------------|------------|-----------|---------------|
| №№           | Показники                       | Одиниця виміру | Позначення | Варіант   |               |
|              |                                 |                |            | Ваговий   | З розфасовкою |
| 1            | Очікуваний попит на місяць      | кг/місяць      | $n_m$      | 2 800     | 3 200         |
| 2            | Річний об'єм продажу            | кг             | $N_o$      | 33 600    | 38 400        |
| 3            | Об'єм продажу за період аналізу | кг             | $N$        | 67 200    | 76 800        |
| 4            | Ціна продажу (за кг)            | грн            | $c$        | 34        | 43            |
| 5            | Постійні витрати                | грн            | $Q_o$      | 25 000,00 | 32 000,00     |
| 6            | Змінні витрати                  | грн            | $q$        | 9,00      | 11,00         |
| 7            | Період аналізу                  | рік            | $T$        | 2         | 2             |

| Розрахункові показники |                              |                |            |              |               |
|------------------------|------------------------------|----------------|------------|--------------|---------------|
| №№                     | Показники                    | Одиниця виміру | Позначення | Варіант      |               |
|                        |                              |                |            | Ваговий      | З розфасовкою |
| 1                      | Маржинальний прибуток        | грн            | $m_p$      | 25,00        | 32,00         |
| 2                      | Повний маржинальний прибуток | грн            | $M_p$      | 1 680 000,00 | 2 457 600,00  |
| 3                      | Чистий прибуток              | грн            | $P$        | 1 655 000,00 | 2 425 600,00  |
| 4                      | Точка беззбитковості         | кг             | $V_o$      | 1 000        | 1 000         |
| 5                      | Повні змінні витрати         | грн            | $Q$        | 604 800,00   | 844 800,00    |
| 6                      | Скупні витрати               | грн            | $Q_s$      | 629 800,00   | 876 800,00    |
| 7                      | Виручка (товарообіг)         | грн            | $C$        | 2 284 800,00 | 3 302 400,00  |
| 8                      | Комерційна рентабельність    | %              | $R_k$      | 72,44%       | 73,45%        |
| 9                      | Середньоденний попит         | кг             | $n_d$      | 96           | 110           |
| 10                     | Термін окупності             | день           | $t_d$      | 10,42        | 9,11          |
| 11                     | Термін окупності             | місяць         | $t_m$      | 0,36         | 0,31          |

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

Готово

21°C Sunny

Поиск

Чуприна\_Віра\_CP\_1.6 - Excel (Свой активации продукта)

Вихідні дані

| №№ | Показники                       | Одиниця виміру | Позначення     | Варіант послуги |            |
|----|---------------------------------|----------------|----------------|-----------------|------------|
|    |                                 |                |                | Більярд         | Боулінг    |
| 1  | Очікуваний попит на місяць      | чол./год.      | $n_{\text{м}}$ | 2 200           | 3 500      |
| 2  | Річний об'єм продажу            | шт.            | $N_0$          | 26 400          | 42 000     |
| 3  | Об'єм продажу за період аналізу | шт.            | $N$            | 52 800          | 84 000     |
| 4  | Ціна послуги (за годину)        | грн.           | $c$            | 300,00          | 350,00     |
| 5  | Постійні витрати                | грн.           | $Q_0$          | 300 000,00      | 650 000,00 |
| 6  | Змінні витрати                  | грн.           | $q$            | 60,00           | 70,00      |
| 7  | Період аналізу                  | рік            | $T$            | 2               | 2          |

Розрахункові показники

| №№ | Показники                    | Одиниця виміру | Позначення | Варіант послуги |               |
|----|------------------------------|----------------|------------|-----------------|---------------|
|    |                              |                |            | Більярд         | Боулінг       |
| 1  | Маржинальний прибуток        | грн.           | $m_p$      | 240,00          | 280,00        |
| 2  | Повний маржинальний прибуток | грн.           | $M_p$      | 12 672 000,00   | 23 520 000,00 |
| 3  | Чистий прибуток              | грн.           | $P$        | 12 372 000,00   | 22 870 000,00 |
| 4  | Точка безбитковості          | шт.            | $V_0$      | 1 250,00        | 2 321,43      |
| 5  | Повні змінні витрати         | грн.           | $Q$        | 3 168 000,00    | 5 880 000,00  |
| 6  | Сукупні витрати              | грн.           | $Q_0$      | 3 468 000,00    | 6 530 000,00  |
| 7  | Виручка (товарообіг)         | грн.           | $C$        | 15 840 000,00   | 29 400 000,00 |
| 8  | Комерційна рентабельність    | %              | $R_k$      | 78,11%          | 77,79%        |
| 9  | Середньоденний попит         | шт.            | $n_d$      | 75              | 120           |
| 10 | Термін окупності             | день           | $t_d$      | 17              | 19            |
| 11 | Термін окупності             | місяць         | $t_m$      | 0,57            | 0,66          |

Задача 1 (Морозиво)    Задача 2 (Вермішель)    **Задача 3 (Послуги)**    Задача 4 (Автобуси)

Готово

Чуприна\_Віра\_CP\_1.6 - Excel (Свой активации продукта)

Вихідні дані

| №№ | Показники                              | Одиниця виміру | Позначення     | Варіанти закупки  |                  |
|----|----------------------------------------|----------------|----------------|-------------------|------------------|
|    |                                        |                |                | закупка автобусів | оренда автобусів |
| 1  | Очікуваний попит на місяць             | шт./місяць     | $n_{\text{м}}$ | 120               | 120              |
| 2  | Річний об'єм продажу                   | шт.            | $N_0$          | 1 440             | 1 440            |
| 3  | Об'єм продажу за період аналізу        | шт.            | $N$            | 2 880             | 2 880            |
| 4  | Ціна послуги (заповнення 25 пасажирів) | грн.           | $c$            | 87 500            | 87 500           |
| 5  | Постійні витрати                       | грн.           | $Q_0$          | 9 500 000,00      | 2 700 000,00     |
| 6  | Змінні витрати                         | грн.           | $q$            | 30 000,00         | 50 000,00        |
| 7  | Період аналізу                         | рік            | $T$            | 2                 | 2                |

Розрахункові показники

| №№ | Показники                    | Одиниця виміру | Позначення | Варіант           |                  |
|----|------------------------------|----------------|------------|-------------------|------------------|
|    |                              |                |            | закупка автобусів | оренда автобусів |
| 1  | Маржинальний прибуток        | грн.           | $m_p$      | 57 500,00         | 37 500,00        |
| 2  | Повний маржинальний прибуток | грн.           | $M_p$      | 165 600 000,00    | 108 000 000,00   |
| 3  | Чистий прибуток              | грн.           | $P$        | 156 100 000,00    | 105 300 000,00   |
| 4  | Точка безбитковості          | шт.            | $V_0$      | 165               | 72               |
| 5  | Повні змінні витрати         | грн.           | $Q$        | 86 400 000,00     | 144 000 000,00   |
| 6  | Сукупні витрати              | грн.           | $Q_0$      | 95 900 000,00     | 146 700 000,00   |
| 7  | Виручка (товарообіг)         | грн.           | $C$        | 252 000 000,00    | 252 000 000,00   |
| 8  | Комерційна рентабельність    | %              | $R_k$      | 61,94%            | 41,79%           |
| 9  | Середньоденний попит         | шт.            | $n_d$      | 4                 | 4                |
| 10 | Термін окупності             | день           | $t_d$      | 40                | 18               |
| 11 | Термін окупності             | місяць         | $t_m$      | 1,38              | 0,60             |

Задача 1 (Морозиво)    Задача 2 (Вермішель)    Задача 3 (Послуги)    **Задача 4 (Автобуси)**

Готово

## Тема заняття: ABC-аналіз

**Мета заняття:** Навчитися визначати групи А, В і С на основі обсягів продажів, аналізувати отримані результати та використовувати їх для прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу.

**Завдання:** засобами MS Excel виконати аналіз даних.

### **Теоретичні відомості**

АВС-аналіз ґрунтується на принципі Парето, відповідно до якого приблизно 20% причин формують близько 80% результатів. Розвиток цієї ідеї пов'язують із доктором Джозефом Джураном, який сформулював універсальний принцип «vital few and trivial many» («небагато найважливіших і багато другорядних»).

Згідно з правилом 20/80, у більшості процесів лише незначна частина факторів має вирішальний вплив на кінцевий результат, тоді як переважна більшість чинників впливає на нього значно менше. Саме на цьому принципі базується

АВС-аналіз, який дає змогу виділити найбільш значущі об'єкти та зосередити на них основну увагу при прийнятті управлінських рішень.

По суті, АВС-аналіз – це ранжування асортименту за різними параметрами.

Ми будемо аналізувати асортимент компанії. Однак ранжувати таким чином можна і постачальників, і складські запаси, і покупців, і тривалі періоди продажів – все, що має достатню кількість статистичних даних.

У межах загального рейтингового списку всі об'єкти поділяють на три групи – А, В і С, які відрізняються рівнем своєї значущості та внеском у формування товарообігу або прибутку підприємства (залежно від обраного критерію аналізу).

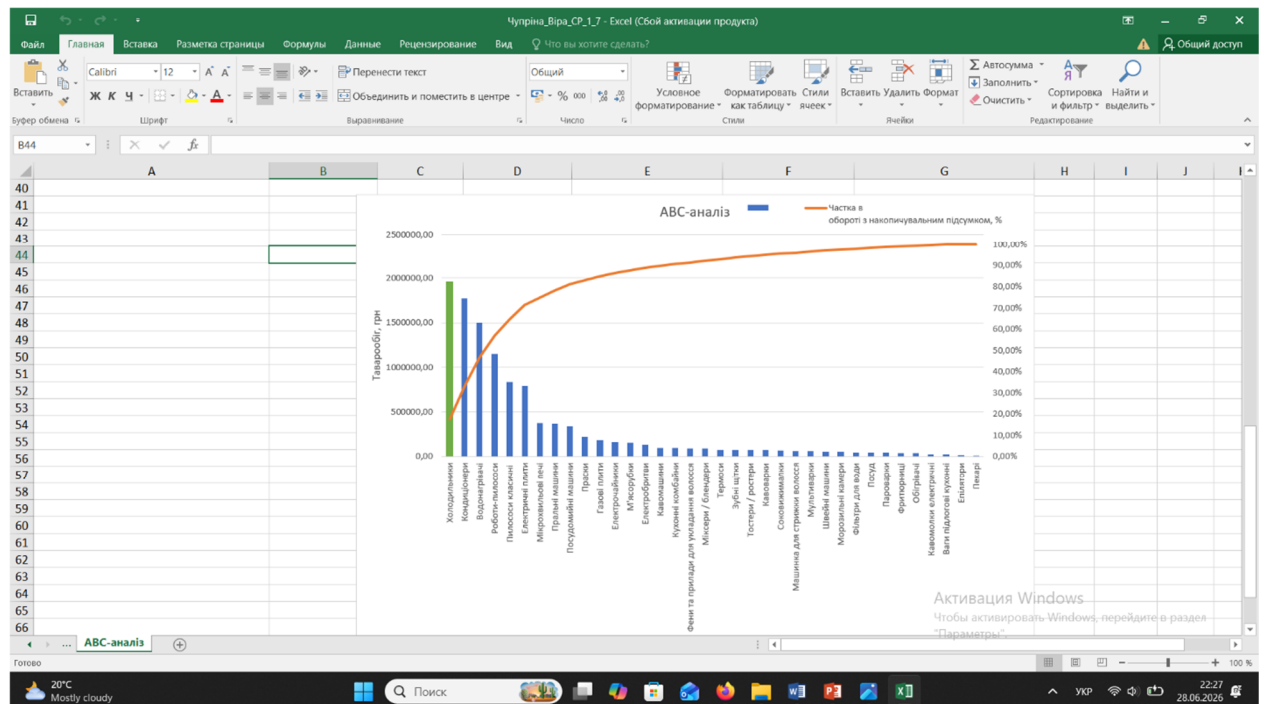
Критерієм оцінювання може виступати обсяг продажів, товарообіг, прибуток чи інший показник ефективності діяльності. Такий розподіл дає змогу визначити найбільш цінні об'єкти та раціонально спрямовувати ресурси на управління ними.

**Товари групи А** – це найбільш значущі позиції, які забезпечують основну частку результату та формують приблизно перші 50% сукупного обсягу продажів або прибутку. Саме ці товари потребують найпильнішої уваги та контролю.

**Товари групи В** – це товари середньої важливості, які забезпечують наступні приблизно 30% результату. Вони мають стабільний внесок у діяльність підприємства, проте їхній вплив є меншим порівняно з товарами групи А.

**Товари групи С** – це найменш значущі позиції, на які припадає решта – приблизно 20% результату. Незважаючи на невеликий внесок у загальний обсяг продажів або прибутку, вони можуть становити значну частину товарного асортименту.

Такий розподіл ґрунтується на принципі Парето, відповідно до якого основна частина результату формується відносно невеликою кількістю об'єктів.



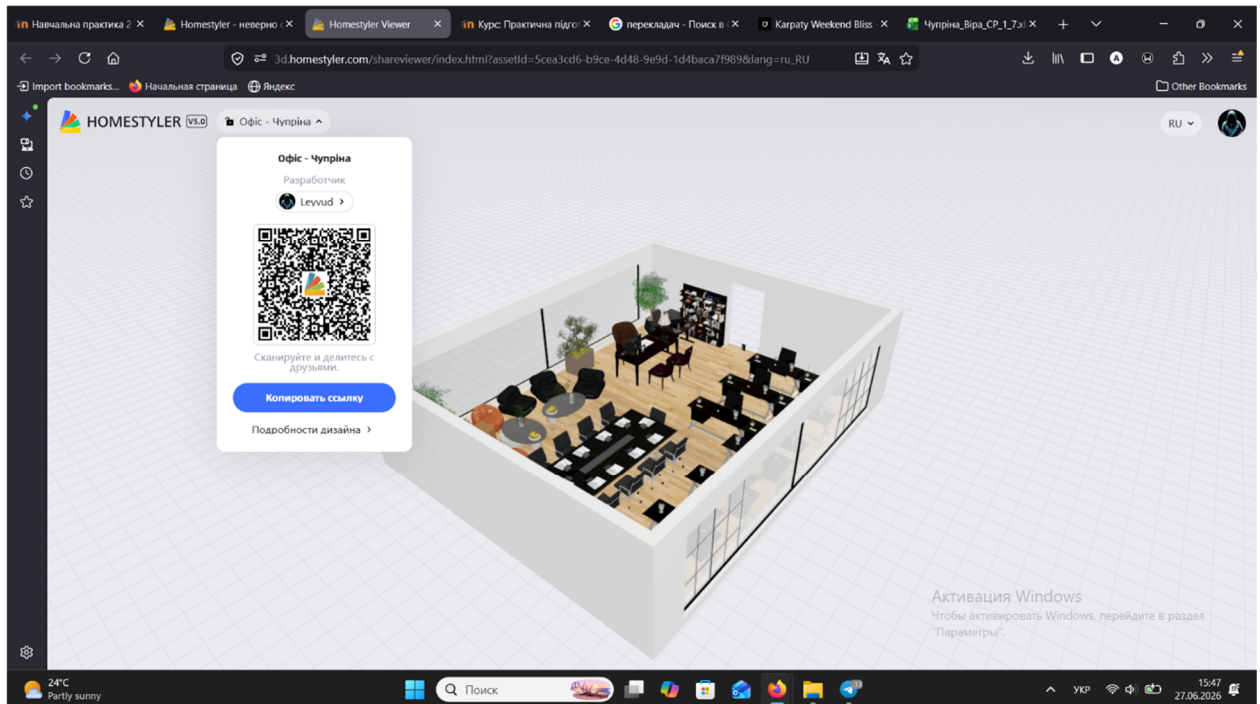


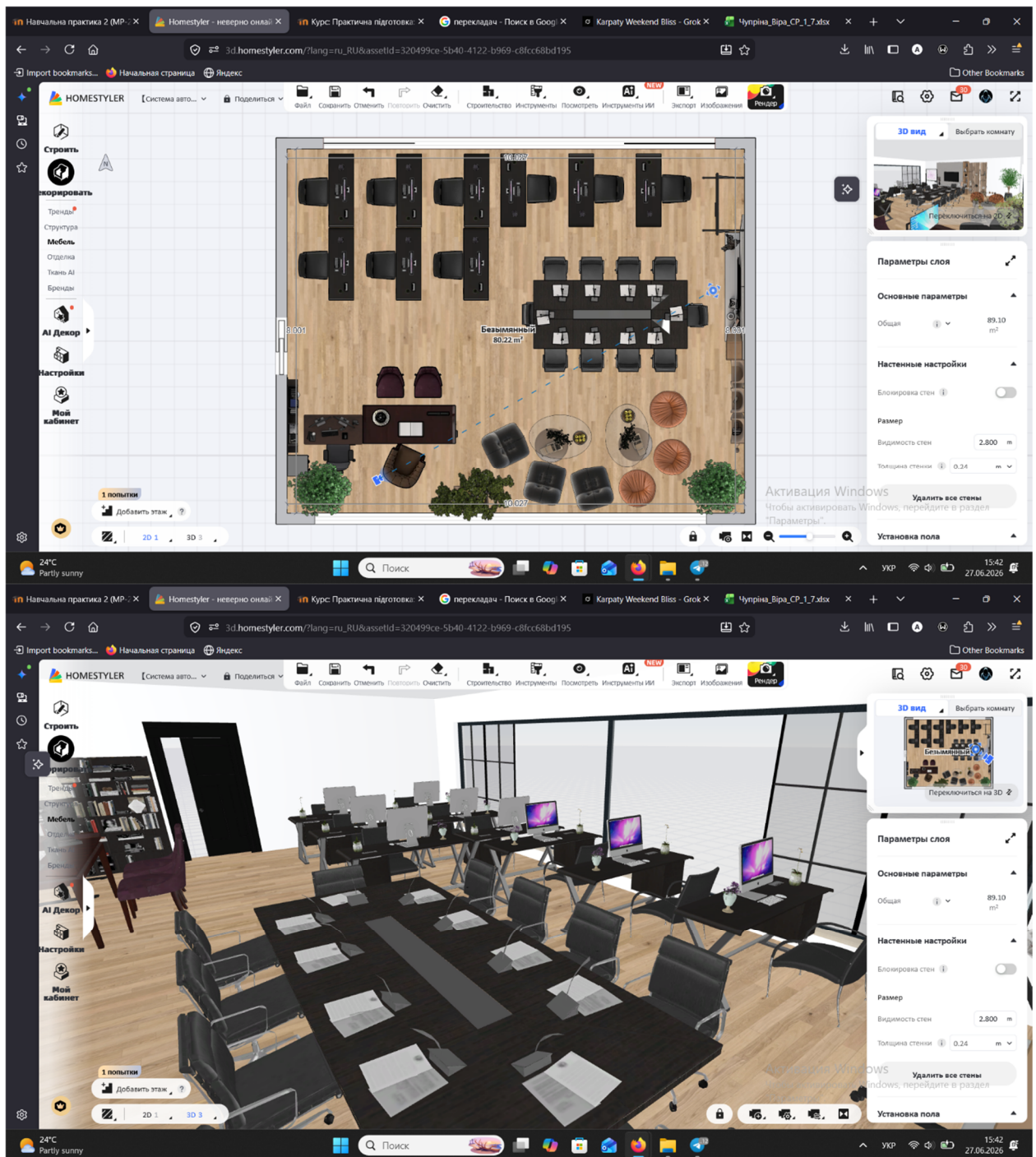
## Тема 2. Комп'ютерне проектування

### 2.1. Проектування спрощеної 3D-модель «Офісне приміщення»

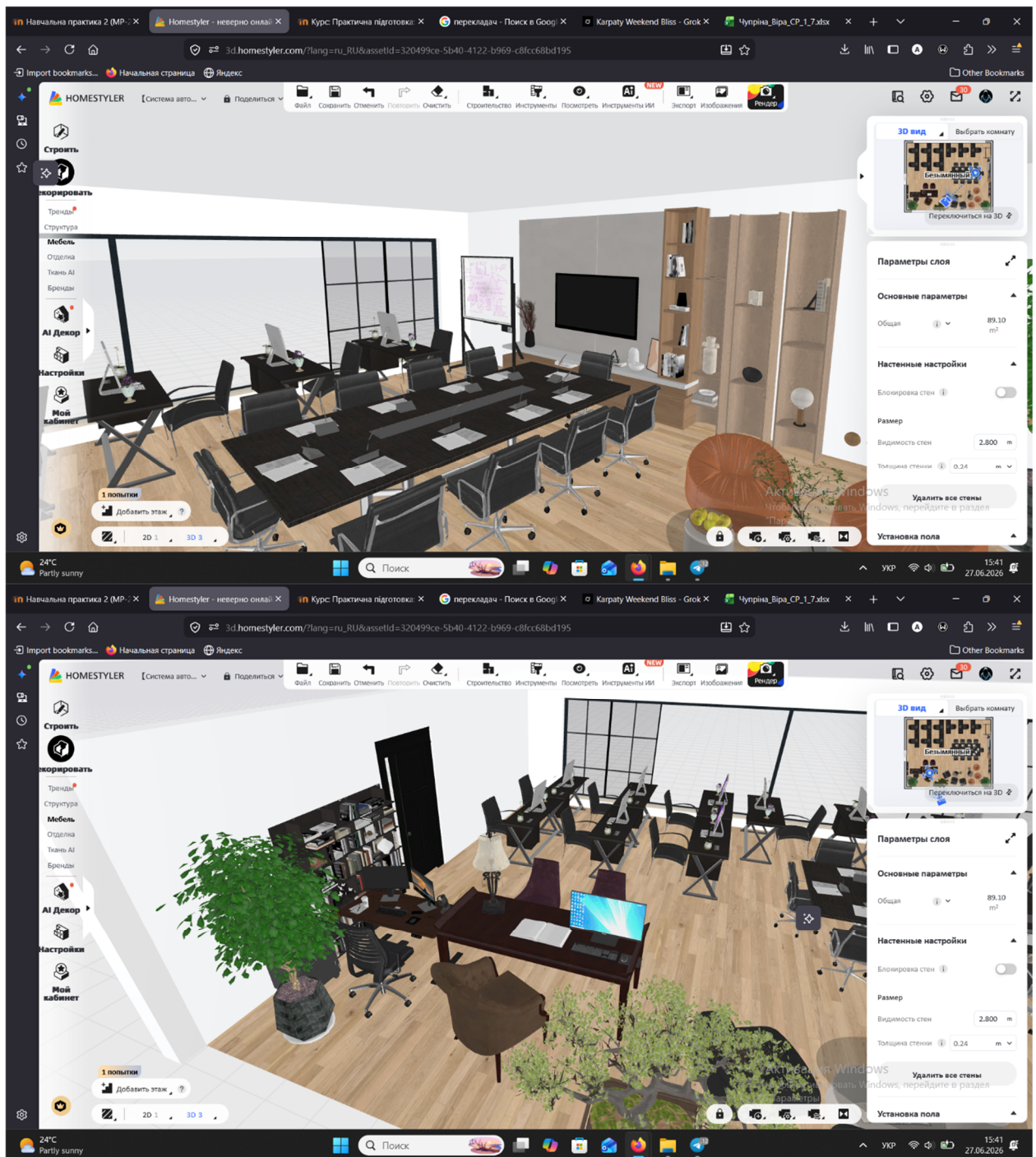
Створення спрощеної 3D-моделі «Офісне приміщення».

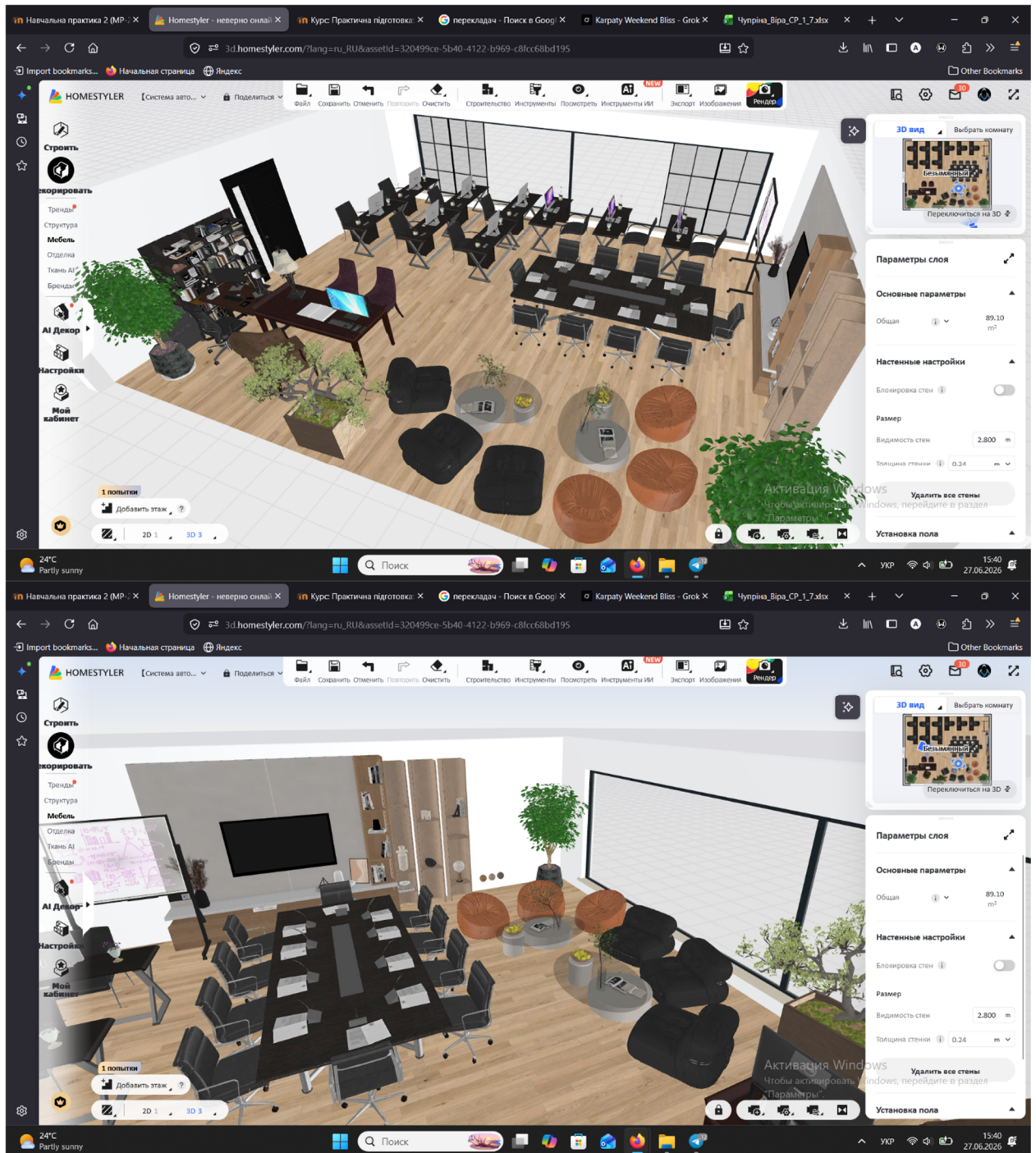
Результати створеної спрощеної 3D-моделі «Офісне приміщення». В проєкті обов'язково мають бути присутні двері, вікна, меблі, оргтехніка тощо. Творча реалізація проєкту на власний розсуд.



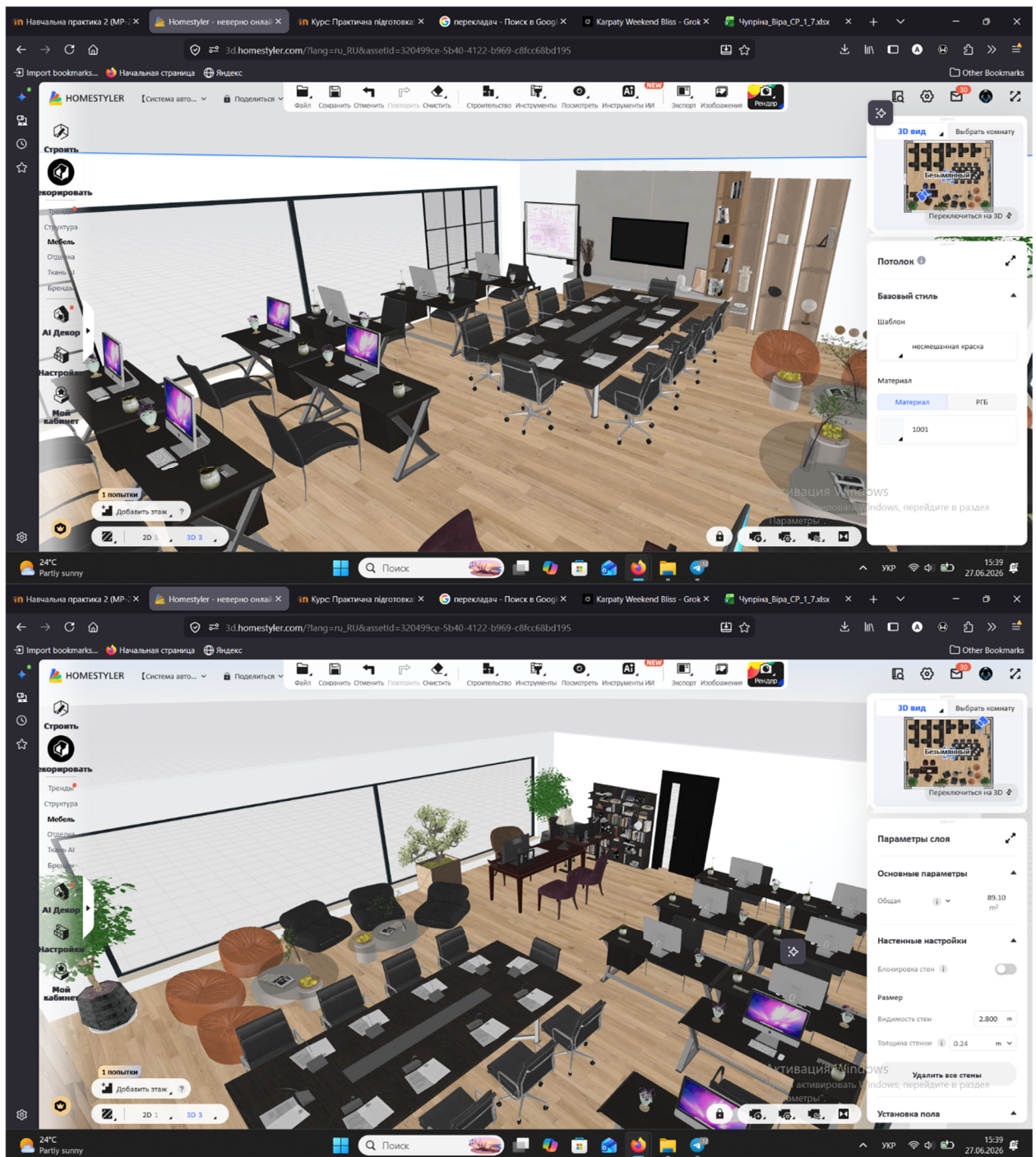


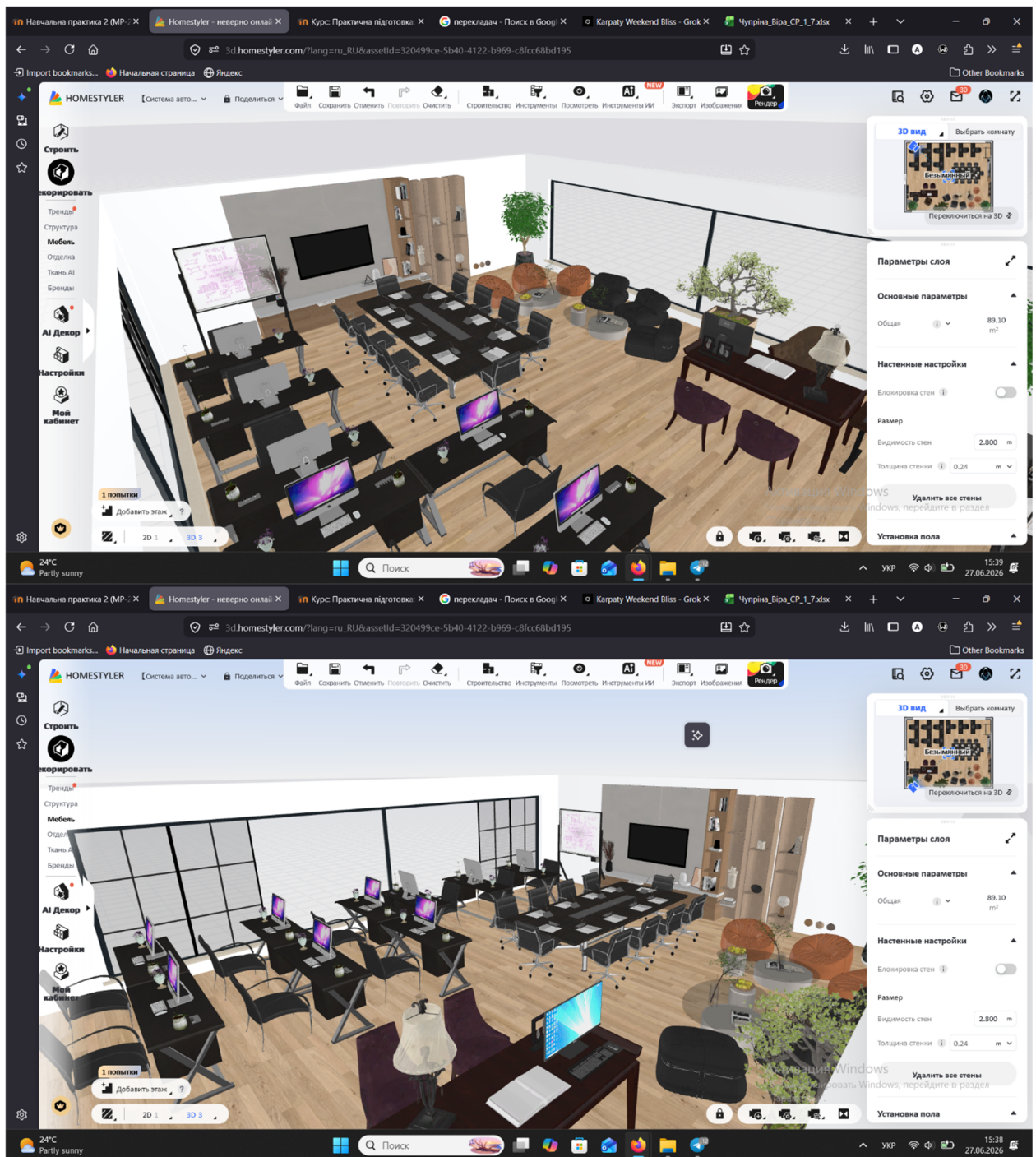




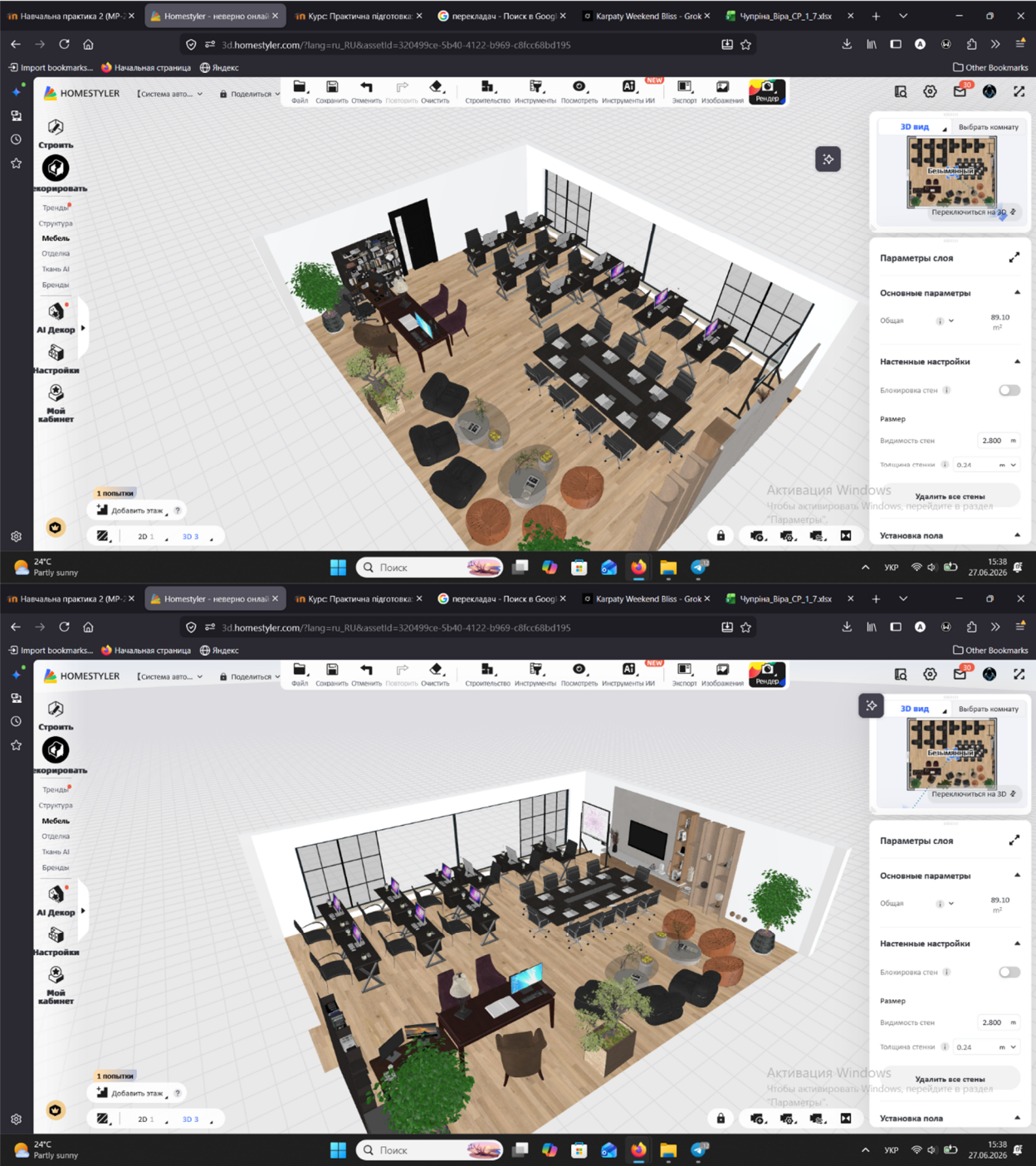


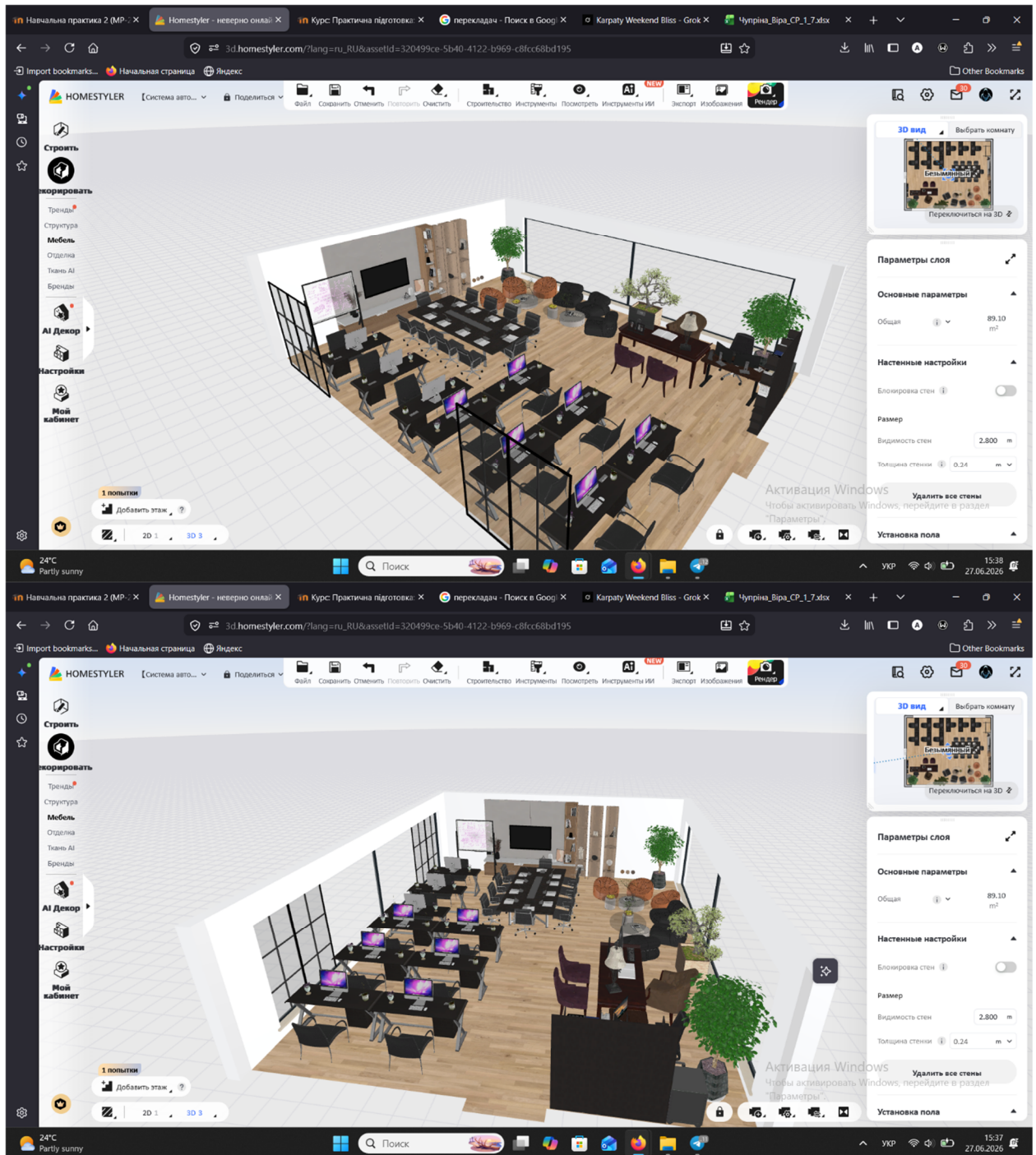














## 2. Індивідуальне завдання

**Презентація** проєкту нового товару (послуги) або нової споживчої цінності для існуючого товару.



### Революція «Lumina»

Твій персональний AI-кар'єрний наставник.

«Змінюємо кар'єру — швидко, зрозуміло, індивідуально»

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".

### Поточна реальність — чому існуючі рішення не працюють



Повільний та  
дорогий  
розвиток  
розвиток



Непрозорість  
вибору  
кар'єрного  
шляху



Висока  
вартість курсів  
і коучингу



Відсутність  
персонального  
супроводу

- Люди витрачають місяці або навіть роки на неправильні рішення

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".



## «Ага-момент» — де ми побачили можливість

Під час інтерв'ю ми побачили, що люди готові платити за швидкий відчутний результат. Більшість хоче короткий шлях до кар'єрного зростання. Існуючі рішення занадто складні або універсальні.

### Інсайт

Короткий шлях до вигоди важливіший за багатфункціональність

### Підтвердження

Опитування: >60% користувачів готові сплатити за швидкий результат (інтерна статистика).

Активация Windows

Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



## Наше рішення — «Lumina»

Персональний AI-кар'єрний наставник



### Інновація

Аналізує твої навички, цілі та ринок праці в реальному часі.



### Надійність

Створює індивідуальний план розвитку. Дає щоденні завдання, рекомендації та підтримку.



### Швидкість

Налаштування і результат за хвилини, не за години. Працює 24/7 як особистий ментор

Активация Windows

Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

## Цільова аудиторія



### Кому це критично

- Зайняті професіонали (25—45 років) — цінують час.
- Спеціалісти, які хочуть швидкого кар'єрного зростання.
- Студенти та випускники, які шукають перший серйозний крок.
- Фахівці, які планують зміну сфери діяльності

Ринковий потенціал — мільйони користувачів у сегменті кар'єрного розвитку.

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



## Унікальні переваги — чому купують



- Три ключові характеристики
1. Миттєвий персональний план розвитку
  2. Прозорі гарантії результату
  3. Модель «плати за результат»
  4. Значне скорочення часу на кар'єрне зростання.
  5. Доступна ціна порівняно з коучами та дорогими курсами.

☐ Це повідомлення створює стійку перевагу та підвищує конверсію.

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



Як це працює — модель створення цінності

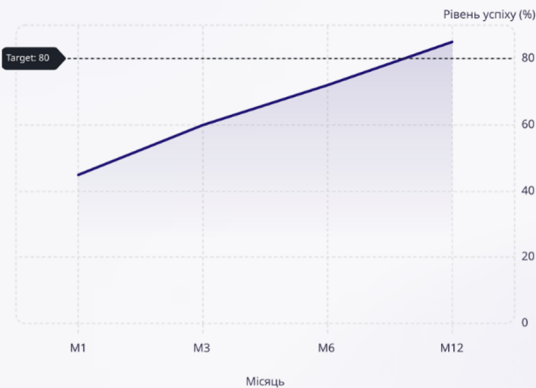


Бізнес-модель (CANVAS): ключові партнери → технологія та постачальники; джерела доходу → підписка + оплата за результат; канали → мобільний додаток, B2B інтеграції; ключові метрики → час до результату, показник успіху, LTV/CAC.

Активация Windows

Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

Очікувані результати та вплив



Конкретні метрики після впровадження:

- Скорочення часу до кар'єрного результату на 50–70%.
- Зростання доходу користувача
- Покращення задоволеності кар'єрою.

✓ Прогноз: вихід на точку беззбитковості за 12–18 місяців

Активация Windows

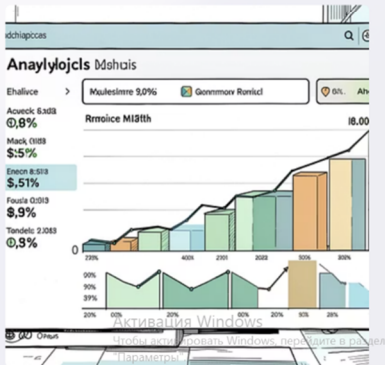
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



Докази та ринкові тренди

- ☐ Зростання попиту на персоналізовані кар'єрні сервіси
- ☐ Люди готові платити за швидкий результат.
- ☐ Ринок **edtech** та **career-tech** стабільно зростає
- ☐ Підтверджено реальними кейсами та відгуками

Підкріплюємо презентацію галереєю кейсів раннього попиту та користувацьких відгуків.



Ваш наступний крок

Прийеднуйтеся до створення майбутнього: тестовий запуск, пілот для ключових клієнтів або інвестиція в масштабування — обирайте формат співпраці.

Тест-драйв

Тест-драйв — Пілот 6 тижнів

Партнерство

Партнерство — Інтеграція для бізнесу

Інвестиції

Інвестиції — Масштабування проєкту

Контакти: [email@company.com](mailto:email@company.com) | Телефон: +38 (0XX) XXX-XXXX

☐ Готові надати демо та дизайн-пакет для першої зустрічі.





### 3. Використані джерела інформації

#### Основні джерела інформації

1. Інформаційні системи і технології. Частина 2 : навчальний посібник / А. О. Азарова, Н. П. Юрчук, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян. Вінниця : ВНТУ, 2024. 160 с.
2. Інформаційні та комунікаційні технології в економіці : навчальний посібник / О. Г. Глазунова та ін. Київ : Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2024. 421 с.
3. Табличний процесор MS EXCEL : практикум / А. А. Гаврилова, Н. О. Бринза, О. Г. Король. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 243 с.
4. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. посіб. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с.
5. Біленко О. В., Пелагейченко М. Л. Технології (рівень стандарту) : підручник для 10 (11) класу закладів загальної середньої освіти. Тернопіль : Астон, 2018. 272 с.
6. САПР ТП : конспект лекцій. [Електронне мережне навчальне видання] : навчальний посібник / Укладачі : К. С. Барандич, С. П. Вислоух, М. В. Філіппова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 200 с.

#### Додаткові джерела інформації

7. Основи інформаційних технологій : навчальний посібник / А. М. Гуржій та ін. Київ : Літера ЛТД, 2023. 288 с.
8. Системи автоматизованого проєктування : конспект лекцій. [Електронне мережне навчальне видання] : навчальний посібник / Укладачі: К. С. Барандич, Подолян О. О., Гладський М. М. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 97 с.
9. Навчання з Microsoft 365. *Microsoft Support*. 26.08.2025.  
URL : <https://support.microsoft.com/uk-ua/training>