

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
Запорізький національний технічний університет

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання контрольної роботи з дисципліни «Комерційна
діяльність посередницьких підприємств» для здобувачів вищої
освіти спеціальності 076 « Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність» (Організація торгівлі та комерційна логістика) ОС
«Магістр» заочної форми навчання

2018

Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 « Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (Організація торгівлі та комерційна логістика) ОС «Магістр» заочної форми навчання / Укл.: Н.М.Павлішина. – Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. – 30 с.

Укладач: Павлішина Н.М., к.е.н., доц. кафедри маркетингу та логістики

Рецензент: Лифар В.В., д.е.н., проф. каф. маркетингу та логістики, ЗНТУ

Затверджено на засіданні
кафедри маркетингу та
логістики,
протокол № 7
від 26.02.2018 р.

Затверджено НМК ФЕУ
протокол № 13 від 15.03.2018 р.

ЗМІСТ

	Стор.
Мета та завдання дисципліни, її місце і роль в навчальному процесі	4
Зміст дисципліни за темами	6
Тематика та вказівки до виконання контрольної роботи	11
Порядок оцінювання виконання домашніх письмових робіт	19
Перелік питань, що виносяться на іспит	20
Приклад екзаменаційного білету	22
Рекомендовані література та джерела	25
Додаток А. Приклад оформлення титульного листа	28
Додаток Б. Структура контрольної роботи (приклад змісту)	29
Додаток В. Приклад оформлення списку використаних джерел	30

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ, ЇЇ МІСЦЕ І РОЛЬ В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

В умовах ринку інструментом ефективного господарювання підприємства виступає комерційна діяльність, яка представляє собою сукупність комерційних процесів і операцій, спрямованих на купівлю-продаж, обмін та доведення товарів до споживачів з орієнтацією на попит і отримання цільового прибутку. Саме, завдяки комерційної діяльності на ринку товарів та послуг встановлюються принципово нові відносини з партнерами, діють ринкові регулятори у сфері обігу, виробляються комерційні принципи, спрямовані на ведення товарно-грошових і товарно-обмінних операцій, організацію руху товару.

Необхідністю вивчення специфіки реалізації господарської діяльності посередницькими підприємствами і обумовлене освоєння здобувачами вищої освіти навчальної дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств».

Предмет: загальні засади реалізації комерційної діяльності підприємницькими підприємствами, основні процеси які здійснюються цими підприємствами та оцінка ефективності їх роботи.

Мета: надання знань про мету і зміст діяльності торгових посередників.

Завдання: вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур з виробниками і споживачами товарів і послуг; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності торгових посередників.

У результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен бути здатним демонструвати такі результати навчання:

- знати сутність та основні поняття комерційної діяльності посередницьких підприємств;
- розуміти сутність та технології оптової та роздрібно торгівлі;
- вміти самостійно проводити дослідження ринку;
- прогнозувати бізнес-процеси та визначати їх ефективність;
- володіти основами товарообігу в комерційній діяльності;
- вміти формувати асортиментну та цінову політику;
- вміти аналізувати та планувати доходи та витрати посередницького підприємства та його фінансовий стан №
- знати законодавче підґрунтя комерційної діяльності.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей:

Загальних:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність оперувати основними положеннями і методами дисципліни при вирішенні професійних завдань.
3. Здатність аналізувати значущі проблеми та процеси та знаходити шляхи вирішення проблем, які виникають під час професійної діяльності.
4. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
6. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях і проводити дослідження на професійному рівні.

Фахових:

1. Знання сутності, змісту, завдань комерційної діяльності посередницьких підприємств.
2. Володіння методами проведення кон'юнктурних досліджень товарних ринків посередницькими підприємствами.
3. Розуміння принципів формування попиту споживачів на продукцію та послуги.
4. Розуміння принципів формування комерційних зв'язків та договірних відношень посередників.
5. Володіння методами оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів.
6. Розуміння підходів до оцінки ефективності комерційної діяльності посередницьких підприємств в умовах сучасної ринкової економіки.
7. Володіння спеціальною термінологією та лексикою даної дисципліни.

Міждисциплінарні зв'язки: дисципліни, що передують вивченню цієї дисципліни – «Маркетинг», «Маркетингове ціноутворення», «Логістика», «Комерційна логістика».

Методичні вказівки з «Комерційної діяльності посередницьких підприємств» мають надати допомогу здобувачам вищої освіти у підготовці контрольної роботи з цієї дисципліни.

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні та організаційні основи комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Тема 1. Ринок та комерційна діяльність посередницьких підприємств.

Завдання дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств». Ринок та ринкове середовище в системі комерційних відносин. Поняття комерційної діяльності: принципи, цілі, завдання, елементи. Зміст посередницької діяльності в сучасних умовах господарювання.

Роль і завдання розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг.

Етичні норми у комерційному посередництві.

Тема 2. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами.

Цілі, завдання і зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків. Інфраструктура товарного ринку. Технологічна послідовність проведення досліджень.

Кон'юнктурні характеристики товару на ринку.

Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень за результатами кон'юнктурних досліджень. Вибір методів збирання, систематизації та аналізу даних досліджень. Дослідження зовнішнього середовища, посередницьких підприємств. Дослідження конкурентів і визначення їхніх позицій. Вивчення намірів і уподобань споживачів. Визначення факторів успішності товарів на ринку.

Визначення кон'юнктури товарного ринку.

Тема 3. Формування попиту споживачів на продукцію та послуги.

Комерційно-посередницька діяльність у сфері товарного обігу. Методи побудови і здійснення комерційно-посередницької діяльності в торговому підприємстві. Поєднання попиту і пропозиції в торгово-посередницькій діяльності.

Торговий капітал і торговий прибуток у посередницькій діяльності. Сукупна пропозиція і сукупний попит. Заощадження і нагромадження. Формування платоспроможного попиту на продукцію і послуги.

Товарно-асортиментна політика та її складові. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту з урахуванням потреб ринку. Роль маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки.

Тема 4. Комерційні зв'язки та договірні відношення посередників, умови продажу та транспортування.

Сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності. Комерційні зв'язки у сфері товарного обігу і послуг.

Загальні принципи договірних відносин і контрактної політики в посередницькій діяльності. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у комерційно-посередницьких угодах: постачання, надання посередницьких послуг, комісії, консигнації, франчайзингу. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору.

Тема 5. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг.

Сутність, роль і зміст закупівельної роботи. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів. Класифікація постачальників. Організація договірних відносин з постачальниками товарів. Контроль та облік надходження товарів від постачальників. Оптові ярмарки (виставки) та їх роль у закупівлі товарів.

Система державних закупівель в Україні. Організація процесу і принципи державних закупівель. Торгівля на аукціонах і торгах.

Сутність, роль і зміст комерційно-посередницької діяльності з продажу товарів і послуг. Організація комерційної роботи з оптового і роздрібного продажу товарів. Види, форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.

Тема 6. Матеріально – технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств. Склади і складські комплекси, їх роль у забезпеченні ефективної діяльності комерційно-посередницьких підприємств. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів. Умови успішного вирішення логістичних завдань торгово-посередницької діяльності.

Інформатизація комерційно-посередницької діяльності. Срограмне забезпечення і мережеві технології, їх використання у посередницькій діяльності. Бази даних. Використання сучасних засобів телекомунікацій у формуванні і розвитку фінансово-господарських зв'язків посередницьких підприємств. Технології та засоби Інтернету та електронні магазини в посередницькій діяльності.

Змістовий модуль 2. Економічні аспекти комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Тема 7. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів.

Комплексна модель оцінювання техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур. Основні блоки моделі: оцінка стану основних фондів і матеріально-технічної бази підприємства, макроекономічна оцінка підприємства з урахуванням її положення на ринку, факторний аналіз основних показників комерційної діяльності. Особливості оцінки техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування.

Система показників аналізу ефективності обслуговування. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.

Тема 8. Обігові кошти комерційної діяльності й організація розрахунків.

Обігові кошти комерційно-посередницьких підприємств. Сутність, склад і структура обігових коштів. Джерела утворення обігових коштів. Нормування обігових коштів і засобів. Показники використання обігових коштів. Методи оплати посередницьких послуг

Форми і методи розрахунків з торгово-посередницьких операцій. Готівкова і безготівкова форми розрахунків. Розрахунки в іноземній валюті. Кредитна політика посередницького підприємства. Фінансове і товарне кредитування.

Тема 9. Планування витрат комерційної діяльності.

Зміст, форми і методи стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства. Роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств. Визначення пріоритетності витрат при плануванні комерційної діяльності. Розробка кошторису витрат.

Бізнес-операції, їх ресурсне забезпечення з урахуванням ринкових ризиків і витрат. Бізнес-план посередницького підприємства: розрахунок можливих доходів і витрат, оцінка ринку збуту конкретних товарів і послуг, оцінка маркетингу, план реалізації, фінансовий план тощо.

Тема 10. Ціноутворення в комерційній діяльності посередницьких підприємств.

Основні принципи цінової політики в комерційній діяльності. Зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на ціноутворення. Ціноутворення на ринках різних типів. Аналіз співвідношення ціни і попиту. Витрати, ціни і пропозиції конкурентів. Встановлення ціни на нові товари. Стратегії ціноутворення. Ціноутворення в межах товарної номенклатури і товарного асортименту.

Коригування цін. Ціноутворення зі знижками та заліками. Диференційоване ціноутворення. Ціноутворення з метою стимулювання збуту. Ініціативні зміни цін

Тема 11. Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Основні напрями вдосконалення і розвитку комерційної діяльності посередників. Досвід США у підвищенні ефективності діяльності посередників-дистриб'юторів. Організація розгалуженої мережі комерційних центрів управління посередницькою діяльністю. Розширення сфери діяльності брокерських організацій.

Впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами. Бази комерційних даних. Сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг.

Електронна комерція та електронна торгівля

Тема 12. Ефективність комерційної діяльності посередницьких підприємств в умовах сучасної ринкової економіки.

Система моніторингу поточної діяльності посередницького підприємства. Доходи й прибуток посередницького підприємства: поняття, фактори формування й методи розрахунку. Комплексна система показників оцінки ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства. Аналіз ділової активності комерційної діяльності. Система державного регулювання торгово-посередницької діяльності.

Тема 13 Специфічні форми комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Біржова торгівля. Ярмарково-виставкова торгівля. Комерційна діяльність посередницьких підприємств у вільних економічних зонах. Лізинг як ефективна форма збуту готової продукції.

ТЕМАТИКА ТА ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Згідно з навчальними планами, розробленими за рівнями підготовки, здобувачі вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 076 « Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (Організація торгівлі та комерційна логістика) виконують контрольну роботу.

Мета контрольної роботи – поглибити і закріпити теоретичні знання, отримані в процесі вивчення курсу, набути навичок самостійного опрацювання навчальної, спеціальної літератури та статистичних матеріалів, періодичної літератури, галузевих довідників та звітів страхових компаній, набути навичок вирішення практичних завдань. Написання контрольної роботи – це самостійна індивідуальна робота, яка дозволяє оцінити ступінь засвоєння здобувачем вищої освіти тем дисципліни, яка вивчається.

Контрольна робота передбачає змістовні відповіді на два теоретичних питання та рішення двох практичних завдань (без вихідних даних, на основі аналізу діяльності обраних підприємств).

Під час підготовки контрольної роботи здобувачі вищої освіти повинні вивчити законодавчі акти, літературні джерела, в яких розглядаються питання контрольної роботи, зробити узагальнення і висновки.

Зокрема при відповіді на теоретичні питання здобувачеві вищої освіти необхідно скористатися навчальною та науковою літературою з комерційної діяльності посередницьких підприємств. Відповідь повинна містити визначення відповідних категорій, глибоке та повне розкриття предмету дослідження. При визначенні понять обов'язково необхідно посилатися на літературні джерела.

Під час вирішення практичного завдання необхідно скористатися результатами власних досліджень щодо діяльності компаній чи стану обраного ринку. Необхідні дані представлені у мережі Інтернет, зокрема: на сторінках компаній лідерів ринку, у галузевих оглядах, аналітичних звітах, статистичній звітності, матеріалах фахових видань тощо. Відповідь має бути чіткою та однозначною.

Обсяг контрольної роботи – 15-20 сторінок друкованого тексту (в т.ч. діаграми, графіки, схеми). Контрольна робота виконується на аркушах формату А4 з повним дотриманням стандартів оформлення згідно СТП 15-96.

Контрольну роботу рекомендується виконувати в такій послідовності:

- підбір літератури для розкриття теоретичних питань контрольної роботи. Посилатись слід на останні видання публікацій (підручники, які видані не пізніше ніж 10 років на дату виконання контрольної роботи, та статті, які опубліковані не пізніш ніж 5 років на дату виконання контрольної роботи). На більш ранні видання можна посилатись лише в тих випадках, коли в них міститься матеріал, який слугує базою для порівняння. В тексті роботи посилання на джерела позначають порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад: [7, С. 12].

- підготовка відповідей на питання. Для того, щоб дати правильні і змістовні відповіді на ці питання, слід ознайомитися з відповідними теоретичними напрацюваннями, законодавчою базою, галузевими публікаціями. Надані відповіді супроводжуються посиланнями на джерела;

- виконання практичного завдання №1 передбачає збір вторинних даних та результатів спостереження за діяльністю запропоноваї компанії. Надані висновки мають бути обґрунтовані;

- виконання практичного завдання №2 передбачає збір даних що характеризують кон'юнктуру ринку. Дані розташовані у вільному доступі у мережі Інтернет, зокрема: у галузевих оглядах, аналітичних звітах, статистичній звітності, матеріалах фахових видань тощо. А також на сторінках компаній лідерів ринку;

- складання списку літератури, використаної при виконанні контрольної роботи. Список джерел, в т.ч. Інтернет – джерел, повинен бути оформлений відповідно до вимог.

Контрольна робота оформляється таким чином:

- а) титульний лист (див. додаток А);
- б) зміст завдання (див. додаток Б);
- в) основна частина (відповіді на питання). Не допускається дослівне списування матеріалів або використання набору

опублікованих сайтів в Інтернеті без авторської обробки, крім цитат, таблиць графіків;

г) список використаних літературних джерел, законодавчих та нормативних актів (див. додаток В).

Варіант контрольної роботи визначається за номером у списку журналу відвідувань.

Варіант 1

1. Сутність, завдання та цілі комерційної діяльності в торгівлі.
2. Концепція комерційних послуг.
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Єва. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 2

1. Поняття комерційної діяльності: принципи, цілі, завдання, елементи.
2. Суть, роль та завдання комерційної роботи по реалізації послуг.
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Лотос. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 3

1. Специфіка комерційної діяльності в умовах ринкової орієнтації посередницьких підприємств
2. Сутність та складові матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів ПроСтор. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 4

1. Порівняльний підхід до традиційної та сучасної комерційної діяльності посередницького підприємства.

2. Основні фонди торгово – посередницьких підприємств

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Ватсон. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 5

1. Ринок та ринкове середовище в системі комерційних відносин.

2. Оцінка фінансового стану торгово – посередницьких підприємств

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Спортмайстер. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 6

1. Зміст посередницької діяльності в сучасних умовах господарювання.

2. Оцінка ефективності обслуговування споживачів

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Євроспорт. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 7

1. Інфраструктура ринку в сфері товарного обігу

2. Оборотні засоби торгово – посередницьких підприємств

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи реалізації товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі розважальних закладів «ІгроБум». Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 8

1. Організація вивчення кон'юнктури товарних ринків
2. Фонди обігу торгово – посередницьких підприємств
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів побутової техніки (на вибір). Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 9

1. Методи вивчення кон'юнктури товарних ринків.
2. Суть і класифікація витрат комерційної діяльності
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Метро. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 10

1. Дослідження і аналіз товарної політики посередницького підприємства.
2. Склад витрат комерційної діяльності
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Ашан. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 11

1. Методи вивчення споживчого попиту промисловим підприємством.
2. Показники поточних витрат комерційного підприємства.
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів АТБ. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.
4. Практичне завдання 2.

Варіант 12

1. Методи прогнозування споживчого попиту.
2. Планування витрат обігу

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Сільпо. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 13

1. Формування споживчого попиту промисловим підприємством

2. Система ціноутворення в торгово – посередницькій діяльності

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Брусничка. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 14

1. Суть комерційних зв'язків і принципи їх формування.

2. Розрахунок базової ціни в торгово – посередницькій діяльності

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів ЕкономПлюс. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 15

1. Групування комерційних зв'язків.

2. Основні моделі розрахунку цін в торгово – посередницькій діяльності

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Вина Миру. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 16

1. Концепція комерційних послуг. Оцінка якості послуг.

2. Підходи до системи ціноутворення в торгово – посередницькій діяльності

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Інтертоп. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 17

1. Особливості формування і реалізації системи комерційних зв'язків в Україні.

2. Система моніторингу поточної діяльності посередницького підприємства.

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Міда. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 18

1. Договірні відносини посередників.

2. Шляхи вдосконалення комерційної діяльності посередницьких підприємств в Україні

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Епіцентр. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 19

1. Види договорів у посередницькій діяльності.

2. Система моніторингу поточної діяльності посередницького підприємства

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Евростандарт. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Варіант 20

1. Поняття і основні принципи здійснення закупівельної діяльності.

2. Комплексна система показників оцінки ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства

3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі ломбардів «Ломбард-Капітал». Порівняйте показники з найближчим конкурентом.

4. Практичне завдання 2.

Практичне завдання 2

«Оцінка кон'юнктури ринку у посередницькій діяльності»

Оберіть посередницьке підприємство діяльність якого Вам добре відома. Проаналізуйте кон'юнктуру ринку на якому функціонує обране підприємство за минулі 3-5 років.

Дослідження кон'юнктури товарного ринку передбачає аналіз наступних показників:

1. ринкових показників (оцінка стану ринку):

ємності ринку;

рівня насичення ринку;

основних пропорцій (часток) ринку;

аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку;

аналіз сезонності та циклічності розвитку ринку;

оцінка регіональних особливостей і відмінностей;

оцінка комерційного (ринкового) ризику;

аналіз номінальних і реальних доходів споживачів на ринку

2. ринкових часток підприємств:

характеристика ступеня монополізації ринку (за показником Херфіндаля-Хіршмана) і інтенсивності конкуренції;

аналіз чисельності фірм на ринку кожного товару, їх розподіл за формами власності, організаційним формам і спеціалізації;

рівень приватизації (число приватизованих підприємств, їх організаційні форми і частка в загальному обсязі ринку);

розподіл ринку (угруповання фірм за їх розміром (малі, середні і великі) і за їхньою часткою в обсязі збуту).

3. показників попиту на товари;
оборот оптової і роздрібної торгівлі та сума продажів найбільших конкурентів;
рух товарних запасів у торговельній мережі;
еластичність попиту;
попит за рівнем задоволеності;
коливання, циклічність.
4. показників пропозиції товарів на ринках;
обсяг, структура та динаміка пропозиції;
еластичність пропозиції;
5. цін.
оптові та роздрібні ціни на продукцію;
розміри продажів у кредит у роздрібній та оптовій торгівлі;

Коло показників кон'юнктури настільки велике, що практично неможливо перерахувати і тим більше використовувати всі ці показники при аналізі і прогнозі розвитку кон'юнктури. Тому необхідно відібрати такі показники, які найближче відображають силу і активність дії відповідного фактора для обраного для аналізу посередницького підприємства.

ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ДОМАШНІХ ПИСЬМОВИХ РОБІТ

Оцінювання виконання здобувачами вищої освіти домашньої письмової роботи здійснюється за 100-бальною системою. Відповідь на теоретичні запитання оцінюється не більше, ніж у 20 балів за кожне питання. Вирішення практичного завдання оцінюється не більше, ніж у 25 балів. Оформлення роботи та літератури оцінюється у 10 балів.

Для зарахування контрольної роботи здійснюється її захист у процесі співбесіди з викладачем. За результатами захисту домашньої письмової роботи здобувач вищої освіти отримує окрему оцінку за 100-бальною шкалою. Підсумкова оцінка визначається як середня арифметична за двома оцінками.

Для оцінювання рівня відповідей здобувачів вищої освіти на теоретичні запитання використовуються такі критерії:

- відмінний рівень (100 балів) передбачає виявлення всебічного системного та глибокого знання програмного матеріалу; засвоєння основної та додаткової літератури; чітке володіння понятійним апаратом, методами, методиками та інструментами, передбаченими програмою дисципліни; уміння використовувати їх для вирішення як типових, так і нетипових практичних ситуацій; виявлення творчих здібностей у розумінні та викладі навчально-програмного матеріалу;

- задовільний рівень (75 балів) передбачає виявлення знань основного програмного матеріалу; засвоєння інформації в основному з лекційного курсу; володіння необхідними методами, методиками та інструментами, передбаченими програмою; уміння використовувати їх для вирішення типових ситуацій, припускаючись окремих незначних помилок;

- незадовільний рівень (50 балів) передбачає виявлення значних прогалин у знаннях основного програмного матеріалу; володіння окремими поняттями, методиками та інструментами, припускаючись у їх використанні принципових помилок.

Виконані за дисципліною «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» домашні письмові роботи необхідно подати на кафедру **за два тижні** до складання іспиту.

Якщо за результатами поточного контролю здобувач вищої освіти отримав менше 60-ти балів, він не допускається до іспиту.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ІСПИТ

1. Сутність, завдання та цілі комерційної діяльності в торгівлі.
2. Елементи комерційної діяльності та їх зміст.
3. Маркетингові дослідження в комерційній діяльності.
4. Товарна політика комерційного підприємства.
5. Постачальницько - збутова політика комерційного підприємства.
6. Політика просування комерційного підприємства.
7. Зміст посередницької діяльності в сучасних умовах господарювання.
8. Види посередників в комерції. Дилерські компанії та підприємства, товарні брокери, агенти.

9. Інфраструктура ринку в сфері товарного обігу.
10. Поняття кон'юнктури ринку.
11. Джерела вихідної інформації про стан кон'юнктури ринку.
12. Реалізація процесу вивчення кон'юнктури товарних ринків.
13. Методи вивчення кон'юнктури товарних ринків.
14. Попит, як економічна категорія (складові попиту, види попиту).
15. Основні фактори, які формують попит на товари.
16. Методи вивчення попиту.
17. Поняття «Прогнозування попиту».
18. Методи прогнозування попиту.
19. Формування споживчого попиту.
20. Сутність комерційних зв'язків і принципи їх формування.
21. Класифікація комерційних зв'язків.
22. Договірні відносини посередників. Зміст і умови договору.
23. Класифікація посередницьких договорів.
24. Сутність, роль і зміст закупівельної роботи.
25. Сутність, роль і завдання комерційної роботи з реалізації продукції.
26. Комерційна робота з оптового продажу товарів.
27. Вибір форм оптового продажу товарів.
28. Вибір методів оптового продажу товарів.
29. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів.
30. Вибір методів роздрібного продажу товарів.
31. Комерційні послуги в діяльності посередницького підприємства.
32. Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств.
33. Оцінка ефективності матеріально-технічної бази.
34. Основні фонди посередницького підприємства. Система показників оцінки ефективності їх використання.
35. Оборотні фонди посередницького підприємства. Система показників оцінки ефективності їх використання.
36. Фонди обігу посередницького підприємства. Система показників оцінки ефективності їх використання.
37. Оцінка фінансового стану торговельно-посередницьких підприємств.
38. Інвестиції як джерело розвитку матеріально - технічної бази.

39. Сутність і класифікація витрат комерційної діяльності.
40. Підходи до визначення сутності витрат комерційної діяльності.
41. Показники оцінки поточних витрат комерційного підприємства.
42. Планування витрат обігу.
43. Система ціноутворення в торгово-посередницькій діяльності.
44. Розрахунок базової ціни.
45. Визначення мети ціноутворення.
46. Вибір стратегії ціноутворення.
47. Встановлення контрактної ціни.
48. Основні моделі розрахунку цін в торгово-посередницькій діяльності.
49. Порядок розрахунку контрактної ціни.
50. Використання комерційних поправок (знижок).
51. Формування ціни при виході на зовнішній ринок.
52. Шляхи вдосконалення комерційної діяльності посередницьких підприємств в Україні.

ПРИКЛАД ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ

1. Теоретичне питання (15 балів). Сутність, завдання та цілі комерційної діяльності в торгівлі.
2. Теоретичне питання (15 балів). Методи прогнозування попиту.
3. Тестові завдання (10 тестів x 4 бали = 40 балів)
4. Задача (1 x 30 балів = 30 балів)

Тестові завдання

1. У перекладі термін «комерція» означає:
 - а) посередництво;
 - б) торгівля;
 - в) капітал;
 - г) ваш варіант.

2. Основна причина існування оптової торгівлі, як проміжної ланки між виробником і торговою точкою, полягає в тому, що вона:

- а) збільшує ефективність розподілу продуктів;
- б) сприяє зростанню продажів фірми-виробника;
- в) сприяє зростанню продажів роздрібних торговців;
- г) бере на себе відповідальність за транспортування вантажів від виробника до роздрібного торговця.

3. Принципова відмінність оптової торгівлі від роздрібною полягає в наступному:

- а) при оптовій торгівлі менше уваги приділяється стимулюванню збуту;
- б) обсяг угод при оптовій торгівлі більше роздрібних;
- в) торговельна площа більше;
- г) всі відповіді вірні.

4. Для підприємця, який знає, що він діє на стабільному і насиченому ринку, кращим рішенням буде направити свої комерційні зусилля на:

- а) первинний попит;
- б) потенційний попит;
- в) загальні потреби (загальний попит);
- г) виборчий (специфічний) попит.

5. Серед посередників правом власності володіють:

- а) агенти;
- б) брокери;
- в) дилери;
- г) дистриб'ютори.

6. Яке з визначень відповідає поняттю кон'юнктури ринку?

- а) сукупність факторів, що характеризують ситуацію на ринку;
- б) потенціал ринку;
- в) сукупність факторів і умов, що характеризують ситуацію на ринку на певний момент часу.
- г) всі відповіді правильні.

7. Комерційні зв'язки у посередницьких відносинах являють собою:

- а) сукупність економічних, правових і організаційних відносин, які виникають між постачальниками і споживачами;
- б) сукупність економічних, правових і організаційних відносин, які виникають між постачальниками і торговими посередницькими структурами в процесі товарного обігу;
- в) а) сукупність економічних, правових і організаційних відносин, які виникають між постачальниками, споживачами та державою;
- г) вірні відповіді а) і б).

8. Для здійснення ефективної закупівельної діяльності необхідно:

- а) вивчити купівельний попит;
- б) вибрати постачальника;
- в) встановити господарські зв'язки з постачальниками;
- г) всі відповіді вірні;

9. При самостійному виконанні виробником функцій каналу розподілу витрати виробника:

- а) зростають, але на ціні товару це не позначається;
- б) зростають, ціна товару теж збільшується;
- в) знижуються, що дозволяє знизити ціну;
- г) не змінюються, що дозволяє утримувати ціну на колишньому рівні.

10. Модель економічного потенціалу підприємства визначається:

- а) обсягом і якістю наявних у нього ресурсів;
- б) рівнем маркетингу;
- в) доходами підприємства;
- г) якістю торгового персоналу.

Задача (30 балів).

Фірма закуповує у виробника товар, що розфасовано в скляній тарі.

Покупна вартість товару – 10 грн. за одиницю. Кількість товару в партії – 1000 шт. Під час транспортування товару від виробника до фірми має місце бій скляного посуду, внаслідок чого фірма має

збитки. Відсоток бою 5%. Фірма отримала пропозицію від виробника купувати товар, що розфасований в пластмасову тару, що виключає втрати товару під час транспортування. Вартість товару в пластмасовій тарі складає 11 грн. Ціна реалізації – 15 грн.

Визначити, яка пропозиція постачальника забезпечить більшу ефективність торгової угоди для фірми.

РЕКОМЕНДОВАНІ ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА

Основна література

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навч. посіб. // Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.

2. Баскакова М.Ю. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: конспект лекцій для студ. факультету економіки та менеджменту спец. 7.050108 «Маркетинг» усіх форм навчання / М.Ю. Баскакова. – Суми : СумДУ, 2007. – 57 с.

3. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р.И.Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365 с.

4. Воронкова О.В. Коммерческая деятельность: учебное пособие / О.В. Воронкова. – Тамбов: Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. – 80 с.

5. Грищенко І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: навч. посібник / І.М. Грищенко. – К.: КНУТД, 2005. – 80 с.

6. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: навч. посібник / І.М. Грищенко – К.: КНУТД, 2006. – 304 с.

7. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: навч. посібник / М.М. Єрмошенко. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.

8. Комерційна діяльність: Підручник / За ред. проф. В.В. Апропія. – К.: Знання, 2008. – 558 с.

9. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г.Панкратов, Н.Ф.Солдатова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012 – 500 с.

10. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.П.Половцева. – М.: «Инфра-М», 2009. – 248 с.

Допоміжна

11. Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник / В.В.Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький. – Київ: ЦНЛ, 2005. – 616с.

12. Апопій В.В. Теорія та практика торговельного обслуговування: навч. посіб. / В.В.Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.

13. Горшкова Л.В. Планирование торговли: учебное пособие / Л.В.Горшкова. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 2003. – 82 с.

14. Молоткова Н.В. Основы коммерческой деятельности: Учеб.пособие. / Н.В. Молоткова, Г.А. Соседов. – Тамбов.: Изд-во Тамб.гос.техн.ун-та, 2004 – 152 с.

15. Ермошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. / М.М. Ермошенко – К.; НАУ, 2003. – 345 с.

16. Попков В.П. Организация предпринимательской деятельности. Схемы и таблицы / В.П. Попков, Е.В. Евстафьева. – СПб.: Питер, 2007. – 352 с.

17. Першина Е.Г. Коммерческая деятельность: Учебное пособие / Е.Г. Першина. – Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2004. – 108 с.

18. Тютюшкина Г.С. Основы коммерческой деятельности / Г.С. Тютюшкина. – Ульяновск.: УлГТУ, 2006. – 112 с.

19. Чистякова А.А. Анализ хозяйственной деятельности коммерческой организации : Учебное пособие / А.А. Чистякова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 59 с.

Методичне забезпечення

20. Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (Організація торгівлі та комерційна логістика) ОС «Магістр» денної та

заочної форми навчання/ Укл.: Н.М.Павлішина. – Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. – 70 с.

Інформаційні ресурси

21. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page>

22. Державна митна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua>

23. Митний кодекс України № 92-IV від 11.07.2002 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/92-15>

24. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

25. Інтернет – журнал «Інвестор – Україна». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.investor.net.ua/ru/articles/178.html?SID>

26. Інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.autosystems.com.ua>

27. Корпоративний менеджмент. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/>

28. Профессиональная юридическая группа. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pl-group.com.ua/?p=280>

29. Честный предприниматель. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://spd.inf.ua/>

Додаток А

Приклад оформлення титульного листа

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Запорізький національний технічний університет

Кафедра маркетингу та логістики

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з дисципліни
«Комерційна діяльність посередницьких підприємств»

Варіант №__

Студента (ки) _____ курсу _____ групи
спеціальності _____

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник: _____

_____ (посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Кількість набраних балів _____

м. Запоріжжя
20__ рік

Додаток Б

Структура контрольної роботи (приклад змісту)

ЗМІСТ

	Стор.
1. Сутність, завдання та цілі комерційної діяльності в торгівлі.	3
2. Концепція комерційних послуг.	8
3. Практичне завдання 1. Розкрийте методи роздрібного продажу товарів, їх склад та ефективність на прикладі мережі магазинів Єва. Порівняйте показники з найближчим конкурентом.	13
4. Практичне завдання 2.....	18
Список використаних джерел.....	23

Додаток В

Приклад оформлення списку використаних джерел

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти» (втратив чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1490-14>
2. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навч. посіб. // Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.
3. Баскакова М.Ю. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: конспект лекцій для студ. факультету економіки та менеджменту спец. 7.050108 «Маркетинг» усіх форм навчання / М.Ю. Баскакова. – Суми : СумДУ, 2007. – 57 с.
4. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р.И.Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365 с.
5. Інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.autosystems.com.ua>