

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Предмет «Коммерческая деятельность» изучается учащимися - заочниками специальностей «Коммерческая деятельность» (по направлениям) в соответствии с учебной программой, утвержденной приказом директора колледжа от приказом директора от 23.06.2023 № 231-О.

Основной формой изучения предмета является самостоятельная работа над материалом. Работу над каждой темой рекомендуется выполнять в следующей последовательности:

1. Подобрать и изучить учебную литературу по каждой теме.

2. Законспектировать прочитанный материал.

3. Выполнить контрольную работу.

При выполнении контрольной работы необходимо учитывать следующее:

а) работа должна быть выполнена аккуратно (в рукописном виде – оформление должно быть через клеточку; в компьютерном варианте – оформление в текстовом редакторе Word (размер шрифта 15 пт (14 пт), межстрочный интервал 1, формат бумаги А4). Поля страниц должны иметь следующие размеры: левое - 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. В таблицах допускается уменьшение до 13 пт – когда текст не вмещается);

б) на каждой пронумерованной странице тетради оставлять поля шириной 3-4 см для замечаний преподавателя;

в) излагаемый материал должен полно раскрывать теоретический вопрос;

г) решению ситуации должно предшествовать ее условие;

д) решение ситуации необходимо сопровождать пояснением, обязательны подробные выводы;

е) по задачам обязательны подробные выводы;

ж) при ответах на вопросы следует использовать законодательную базу Республики Беларусь.

з) в конце контрольной работы приводится перечень используемой литературы, в соответствии со всеми изученными теоретическими вопросами и практическим заданием, ставится дата выполнения, подпись и оставляется чистый лист для рецензии преподавателя.

Контрольная работа составлена в 100 вариантах. Варианты выбираются по шифру личного дела учащегося, используя предпоследнюю и последнюю цифру. Варианты контрольной работы определяются по таблице в зависимости от двух последних цифр номера личного дела учащихся. В таблице по вертикали размещены цифры от 0 до 9, каждая из которых предпоследняя цифра номера личного дела. По горизонтали размещены так же цифры от 0 до 9, каждая из которых - последняя цифра номера личного дела учащихся. Пересечение вертикальной и горизонтальной линии определяет клетку с номерами вопросов контрольной работы. Учащиеся должны быть внимательными при выборе варианта.

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

Введение

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности

Тема 2. Коммерческая информация и коммерческая тайна

Тема 3. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка

Тема 4. Планирование закупок материальных (товарных) ресурсов

Тема 5. Формирование ассортимента товаров

Тема 6. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров

Тема 7. Организация оперативно-сбытовой работы и коммерческо-посреднической

деятельности

Тема 8. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам

Тема 9. Коммерческая деятельность по оптовой и розничной продаже товаров

Тема 10. Рекламно-информационная деятельность организаций

Тема 11. Влияние коммерческой деятельности на результаты работы организации

**СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ**

**Введение**

Цель и задачи предмета «Коммерческая деятельность», взаимосвязь с другими предметами. Роль предмета в формировании специалиста. Понятие коммерческой деятельности как рыночной категории.

**Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности**

Сущность и цель коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в условиях конкуренции. Принципы, функции и задачи коммерческой деятельности в современных условиях. Субъекты правоотношений и объекты в коммерческой деятельности, их характеристика. Характеристика основных элементов, определяющих содержание коммерческой деятельности. Коммерческие службы торговых организаций и их функции. Требования к специалистам коммерческой службы.

**Тема 2.Коммерческая информация и коммерческая тайна**

Коммерческая информация: источники, предъявляемые требования. Современные информационные технологии, применяемые в коммерческой деятельности. Комплексное изучение рынка как основа информационного обеспечения коммерческой деятельности. Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений. Коммерческая тайна, мероприятия по ее защите.

**Тема 3. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка**

Покупательский спрос, определяющие его факторы. Методы изучения и прогнозирования покупательского спроса. Оценка покупательского спроса. Жизненный цикл спроса. Конъюнктура рынка и конъюнктура торговли. Факторы, определяющие конъюнктуру. Содержание конъюнктурного обзора. Использование материалов изучения спроса и конъюнктуры рынка для принятия коммерческих решений.

**Тема 4. Планирование закупок материальных (товарных) ресурсов**

Виды планов снабжения. Показатели для анализа предложения по закупке сырья и материалов. Методы изучения рынка сырья и материалов. Выбор стратегии снабжения. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе. Расчет объема закупок. Виды закупок. Составление бюджета снабжения. Формы и методы снабжения. Понятие «товарные ресурсы». Источники поступления материальных (товарных) ресурсов. Поиск и выбор поставщика сырья и материалов (товаров). Экономическое обоснование потребности в товарных ресурсах.

**Тема 5. Формирование ассортимента товаров**

Планирование ассортимента продукции на основе исследования рынка. Критерии оценки нового изделия, этапы внедрения его на рынок. Формирование конкурентоспособного ассортимента товаров. Факторы, определяющие формирование ассортимента. Принципы, этапы и методы формирования ассортимента в оптовой и розничной торговле.

**Тема 6. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров**

Сущность и структура хозяйственных связей, их виды, значение. Правовое регулирование хозяйственных связей. Виды договоров: договоры купли-продажи (поставки), договоры комиссии, их краткая характеристика. Порядок и способы заключения, изменения и расторжения договоров. Значение договора поставки, отличительные признаки. Структура и содержание договора поставки. Имущественная ответственность сторон за нарушение условий поставки.

Контроль исполнения договора поставки. Основные документы, применяемые при исполнении договоров поставки.

**Тема 7. Организация оперативно-сбытовой работы и коммерческо-посреднической**

**деятельности**

Содержание коммерческой работы по сбыту продукции. Виды каналов сбыта. Методы прогнозирования сбыта. Формирование портфеля заказов. Характеристика видов сбыта. Содержание оперативно-сбытовой работы. Содержание коммерческо-посреднической деятельности. Виды посредников, особенности их деятельности. Виды предоставляемых посреднических услуг. Договоры с посредниками, их условия. Планирование личной продажи

# **Тема 8. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам**

Оптовые ярмарки (выставки), их классификация, порядок организации и проведения. Преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках. Выставочная деятельность организаций. Понятие аукциона, значение аукционной торговли в Республике Беларусь. Нормативные правовые акты, регулирующие аукционную торговлю в Республике Беларусь. Функции аукционных торгов. Участники аукционных торгов, виды аукционов. Организация коммерческих операций на аукционах: подготовка аукциона, предварительный просмотр товара покупателями, аукционные торги, оформление аукционной сделки. Значение биржевой торговли в Республике Беларусь. Нормативные правовые акты, регулирующие биржевую торговлю в Республике Беларусь. Функции товарной биржи. Участники биржевых торгов, виды биржевых сделок. Порядок проведения биржевых торгов на ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа». Оформление биржевых сделок

**Тема 9. Коммерческая деятельность по оптовой и розничной продаже товаров**

Сущность, задачи оптовой торговли. Содержание работы по оптовой продаже товаров. Организация хозяйственных связей по оптовой продаже товаров. Формы и методы оптовой продажи товаров. Продажа товаров через магазин-склад. Сущность и содержание коммерческой работы в розничной торговле. Организация розничной продажи товаров. Методы стимулирования продаж. Мерчендайзинг как средство стимулирования продаж ной торговле. Сервисное обслуживание и оказание услуг. Организация фирменной торговли. Нормативные правовые акты, регулирующие розничную торговлю: Правила продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей». Управление товарными ресурсами в оптовой и розничной торговле

**Тема 10. Рекламно-информационная деятельность организаций**

Рекламно-информационная деятельность оптовых и розничных торговых организаций по сбыту товаров. Рекламные средства, основные принципы оформления витрин магазина, рекламные мероприятия. Экономическая (коммерческая) и психологическая (коммуникативная) эффективность рекламы

**Тема 11. Влияние коммерческой деятельности на результаты работы организации**

Взаимосвязь коммерческой деятельности и результатов работы организации. Факторы коммерческого успеха. Система показателей оценки эффективности коммерческой деятельности. Коммерческий риск. Факторы, порождающие коммерческий риск. Виды рисков и способы их снижения. Страхование коммерческих операций: сущность, виды и порядок оформления

**Литература**

**Научные издания**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п | Название | Автор | Издание, год издания |
| 1. | Коммерческая деятельность: пособие | Башаримова С.И.  Дасько М.В. | Минск: Бел. энцыкл. iмя П. Броўкi, 2010 |
| 2. | Коммерческая деятельность. Практикум: учеб. пособие | Башаримова С.И.  Дасько М.В. | Минск: РИПО, 2010 |
| 3. | Коммерческая деятельность: учебник | Виноградова С.Н.  Пигунова О.В. | Минск : Выш. шк., 2010 |
| 4. | Управление продажами : пособие | Гурская С.П | Гомель : БТЭУ ПК, 2011 |
| 5. | Коммерческая деятельность организации | Пигунова О.В.  Науменко Е.П. | Минск : Вышэйш. шк., 2014 |
| 6. | Коммерческая деятельность | Ромина А.Г. | Минск: БГЭУ, 2009г. |
| 7. | Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице | Сысоева С.В. | СПб. : Питер, 2017 |

**Информационно-аналитические материалы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 8. | Гражданский кодекс Республики Беларусь | Принят Палатой представителей | №218-3 от 07.12.1998 (ред. от 01.09.2022г.) |
| 9. | О государственных закупках товаров: Закон Республики Беларусь | Принят Палатой представителей | №419-З от 17.03.2012 (ред. от 29.08.2020г.) |
| 10. | О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь | Совет Министров Республики Беларусь | от 8 января 2014 г. № 128-З  (доп. и изм. от 03.07.2022 №197-З.) |
| 11. | О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь | Совет Министров Республики Беларусь | от 08.07.2008 № 366-3 (доп. и измен. от 05.01.2022 № 148-З) |
| 12. | О коммерческой тайне: Закон Республики Беларусь | Принят Палатой представителей | От 05.01.2013 №16-З (ред. 17.07.2018 №132) |
| 13. | О мерах по развитию биржевой торговли на товарных биржах: Постановление | Совет Министров Республики Беларусь | от 16.06.2004 №714 (в ред. от 19.05.2023 № 328.). |
| 14. | О порядке организации выставок (экспозиций) в иностранных государствах: Постановление | Совета Министров Республики Беларусь | от 23.04.2012 № 384 (в ред. от 29.06.2020 № 380) |
| 15. | О некоторых вопросах осуществления государственных закупок: Постановление | Совет Министров Республики Беларусь | от 20.12.2008 № 1987 (в ред. от 03.07.2022 №197-З) |
| 16. | О некоторых вопросах проведения аукционов (конкурсов): Указ | Указ Президента Республики Беларусь | От 05.05.2009 №232 (ред. от 03.07.2022 №197-З.) |
| 17. | О внесении изменений и дополнений в Закон о государственных закупках | Совет Министров Республики Беларусь | от 15.06.2019 № 395 (ред. от 31.03.2022г.) |
| 18. | О некоторых мерах по защите прав потребителей | Совет Министров Республики Беларусь | от 22.12.2018 № 935 |
| 19. | О рекламе: Закон Республики Беларусь | Совет Министров Республики Беларусь | от 10 мая 2007 г. № 225-З (ред. от 08.07.2021г.) |
| 20. | О товарных биржах: Закон Республики Беларусь | Принят Палатой представителей | от 05.01.2009 №10-3 (в ред. от 08.07.2015 №821) |
| 21. | Положение о приемке товаров по количеству и качеству: Положения | Совет Министров Республики Беларусь | от 03.09.2008 № 1290 (изм. и доп. от 30.12.2020 № 773.) |
| 22. | О некоторых мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О товарных биржах»: Постановление | Совет Министров Республики Беларусь | 6 августа 2009 г. № 1039 (в ред. от 12.05.2023 №307.) |
| 23. | О порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания: Положение | Совет Министров Республики Беларусь | от 22.07.2014 № 703 (доп. и изм. от 10.05.2023  № 301) |
| 24. | Правила продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания | Совет Министров Республики Беларусь | от 22.07.2014 № 703, (доп. и изм. от 10.05.2023  № 301) |
| 25. | О порядке и условиях реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) по подарочному сертификату или иному подобному документу: Положение/ | утв. [Постановление](file:///C:\Gbinfo_u\гтэк\Temp\285056.htm#a1#a1)м Советом Министров Республики Беларусь | от 22.12.2018 № 935 |
| 26. | Официальный сайт Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь/ Нормативные правовые акты Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс] // http://www.mart.gov.by | | |
| 27. | Официальный сайт Белорусский республиканский союз потребительских обществ / Пресс-центр / Официальные документы [Электронный ресурс]  // [http://www.bks.by](http://orgpage.by/Company/siteview/?cid=68035&sid=1) | | |

**ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ**

предмета " Коммерческая деятельность"

1. Характеристика основных элементов, определяющих содержание коммерческой деятельности.
2. Коммерческие службы торговых организаций и их функции. Требования к специалистам коммерческой службы.
3. Комплексное изучение рынка как основа информационного обеспечения коммерческой деятельности. Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.
4. Жизненный цикл спроса.
5. Содержание конъюнктурного обзора. Использование материалов изучения спроса и конъюнктуры рынка для принятия коммерческих решений.
6. Методы изучения рынка сырья и материалов. Выбор стратегии снабжения.
7. Определение потребности в материальных ресурсах. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе.
8. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе.
9. Расчет объема закупок. Виды закупок.
10. Составление бюджета снабжения. Формы и методы снабжения.
11. Факторы, определяющие формирование ассортимента.
12. Принципы, этапы и методы формирования ассортимента в оптовой и розничной торговле.
13. Порядок и способы заключения, изменения и расторжения договоров.
14. Контроль исполнения договора поставки. Основные документы, применяемые при исполнении договоров поставки.
15. Виды посредников, особенности их деятельности. Виды предоставляемых посреднических услуг.
16. Договоры с посредниками, их условия.
17. Планирование личной продажи.
18. Преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках.
19. Выставочная деятельность организаций.
20. Организация коммерческих операций на аукционах: подготовка аукциона, предварительный просмотр товара покупателями, аукционные торги, оформление аукционной сделки.
21. Порядок проведения биржевых торгов на ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа». Виды и оформление биржевых сделок.
22. Сущность и содержание коммерческой работы в розничной торговле. Организация розничной продажи товаров.
23. Организация фирменной торговли.
24. Рекламные средства, основные принципы оформления витрин магазина, рекламные мероприятия. Экономическая (коммерческая) и психологическая (коммуникативная) эффективность рекламы
25. Факторы, порождающие коммерческий риск.

**ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА ШИФРА** | | | | | | | | | | |
| **П**  **Р**  **Е**  **Д**  **П**  **О**  **С**  **Л**  **Е**  **Д**  **Н**  **Я**  **Я**  **Ц**  **И**  **Ф**  **Р**  **А**  **Ш**  **И**  **Ф**  **Р**  **А** |  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** |
| 0 | 1  22  48  81 | 2  23  49  82 | 3  24  40  83 | 4  25  49  84 | 5  26  42  98 | 6  27  43  56 | 7  28  52  57 | 8  29  53  58 | 9  30  54  59 | 10  47  55  60 |
| 1 | 11  32  48  61 | 12  23  49  62 | 13  21  50  63 | 14  25  38  64 | 15  26  51  65 | 16  23  50  66 | 17  54  40  67 | 18  29  41  68 | 19  30  42  69 | 20  35  43  70 |
| 2 | 21  36  44  71 | 22  37  45  72 | 18  23  40  73 | 12  24  38  74 | 10  25  37  75 | 15  26  39  76 | 13  27  40  77 | 14  28  39  78 | 11  29  38  79 | 16  30  45  80 |
| 3 | 12  31  48  85 | 13  32  49  86 | 14  33  50  87 | 15  34  41  101 | 16  35  42  99 | 17  36  43  56 | 18  37  44  57 | 1  45  19  58 | 2  27  30  59 | 3  16  26  80 |
| 4 | 4  28  40  81 | 5  27  39  82 | 6  30  55  83 | 7  37  49  84 | 8  45  50  85 | 9  25  48  86 | 10  24  39  87 | 11  23  42  88 | 12  22  41  101 | 13  21  40  90 |
| 5 | 14  25  43  91 | 15  20  44  92 | 17  28  45  93 | 16  29  42  94 | 18  30  43  95 | 19  37  45  96 | 11  20  40  97 | 16  21  41  98 | 08  22  42  99 | 07  23  54  100 |
| 6 | 05  24  51  89 | 06  25  52  90 | 10  26  53  101 | 09  27  54  92 | 02  28  55  100 | 08  29  49  56 | 04  30  50  57 | 07  13  37  58 | 16  31  38  59 | 13  32  39  60 |
| 7 | 12  28  33  61 | 13  29  34  62 | 24  35  50  63 | 25  36  41  64 | 37  26  42  65 | 5  27  43  66 | 4  28  44  67 | 3  29  45  68 | 2  16  30  69 | 1  17  35  70 |
| 8 | 6  18  49  71 | 7  19  45  72 | 8  20  48  73 | 9  30  44  74 | 10  28  47  75 | 11  25  46  76 | 12  29  52  77 | 13  29  44  78 | 14  22  43  79 | 15  23  42  80 |
| 9 | 12  25  43  68 | 05  24  44  69 | 14  23  45  93 | 15  22  36  94 | 16  21  37  95 | 17  20  38  96 | 19  39  55  97 | 18  40  51  98 | 17  49  54  99 | 16  48  53  100 |

**СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

(перечень вопросов для подготовки к экзамену по дисциплине «Коммерческая деятельность»)

1. Сущность и цель коммерческой деятельности.
2. Роль коммерческой деятельности в условиях конкуренции.
3. Принципы, функции и задачи коммерческой деятельности в современных условиях.
4. Субъекты правоотношений и объекты в коммерческой деятельности, их характеристика.
5. Характеристика основных элементов, определяющих содержание коммерческой деятельности.
6. Коммерческие службы торговых организаций и их функции. Требования к специалистам коммерческой службы.
7. Коммерческая информация: источники, предъявляемые требования. Современные информационные технологии, применяемые в коммерческой деятельности.
8. Комплексное изучение рынка как основа информационного обеспечения коммерческой деятельности. Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.
9. Коммерческая тайна, мероприятия по ее защите.
10. Покупательский спрос, определяющие его факторы. Жизненный цикл спроса.
11. Оценка покупательского спроса. Методы изучения и прогнозирования покупательского спроса.
12. Конъюнктура рынка и конъюнктура торговли. Факторы, определяющие конъюнктуру.
13. Содержание конъюнктурного обзора. Использование материалов изучения спроса и конъюнктуры рынка для принятия коммерческих решений.
14. Виды планов снабжения. Показатели для анализа предложения по закупке сырья и материалов.
15. Методы изучения рынка сырья и материалов. Выбор стратегии снабжения.
16. Определение потребности в материальных ресурсах. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе.
17. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе.
18. Расчет объема закупок. Виды закупок.
19. Составление бюджета снабжения. Формы и методы снабжения.
20. Понятие «товарные ресурсы». Источники поступления материальных (товарных) ресурсов.
21. Поиск и выбор поставщика сырья и материалов (товаров). Экономическое обоснование потребности в товарных ресурсах.
22. Планирование ассортимента продукции на основе исследования рынка. Критерии оценки нового изделия, этапы внедрения его на рынок.
23. Формирование конкурентоспособного ассортимента товаров. Факторы, определяющие формирование ассортимента.
24. Принципы, этапы и методы формирования ассортимента в оптовой и розничной торговле.
25. Сущность и структура хозяйственных связей, их виды, значение. Правовое регулирование хозяйственных связей.
26. Виды договоров: договоры купли-продажи (поставки), договоры комиссии, их краткая характеристика.
27. Порядок и способы заключения, изменения и расторжения договоров.
28. Значение договора поставки, отличительные признаки. Структура и содержание договора поставки.
29. Имущественная ответственность сторон за нарушение условий поставки.
30. Контроль исполнения договора поставки. Основные документы, применяемые при исполнении договоров поставки.
31. Содержание коммерческой работы по сбыту продукции. Характеристика видов сбыта. Методы прогнозирования сбыта.
32. Виды каналов сбыта. Формирование портфеля заказов. Содержание оперативно-сбытовой работы.
33. Виды посредников, особенности их деятельности.
34. Виды посредников, особенности их деятельности. Виды предоставляемых посреднических услуг.
35. Договоры с посредниками, их условия.
36. Планирование личной продажи.
37. Оптовые ярмарки (выставки), их классификация, порядок организации и проведения. Преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках.
38. Выставочная деятельность организаций.
39. Понятие аукциона, значение аукционной торговли в Республике Беларусь. Функции аукционных торгов. Участники аукционных торгов, виды аукционов. Нормативные правовые акты, регулирующие аукционную торговлю в Республике Беларусь.
40. Организация коммерческих операций на аукционах: подготовка аукциона, предварительный просмотр товара покупателями, аукционные торги, оформление аукционной сделки.
41. Значение биржевой торговли в Республике Беларусь. Участники биржевых торгов, виды биржевых сделок. Нормативные правовые акты, регулирующие биржевую торговлю в Республике Беларусь.
42. Функции товарной биржи. Участники биржевых торгов, виды бирж.
43. Порядок проведения биржевых торгов на ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа». Виды и оформление биржевых сделок.
44. Сущность, задачи оптовой торговли. Содержание работы по оптовой продаже товаров.
45. Формы и методы оптовой продажи товаров.
46. Сущность и содержание коммерческой работы в розничной торговле. Организация розничной продажи товаров.
47. Методы стимулирования продаж.
48. Мерчендайзинг как средство стимулирования продаж в розничной торговле.
49. Сервисное обслуживание и оказание услуг.
50. Организация фирменной торговли.
51. Управление товарными ресурсами в оптовой и розничной торговле
52. Рекламно-информационная деятельность оптовых и розничных торговых организаций по сбыту товаров. Рекламные средства, основные принципы оформления витрин магазина, рекламные мероприятия. Экономическая (коммерческая) и психологическая (коммуникативная) эффективность рекламы
53. Взаимосвязь коммерческой деятельности и результатов работы организации.
54. Факторы коммерческого успеха. Система показателей оценки эффективности коммерческой деятельности.
55. Коммерческий риск. Факторы, порождающие коммерческий риск.

56. Молодому специалисту торгового отдела торговой организации поручено составить проект договора поставки мебели. Дайте подробные рекомендации по составлению проекта договора поставки: - Правильное наименование договора. - Структура и содержание договора. - Обязательные условия поставки. - Имущественная ответственность сторон. - Укажите службы предприятия, участвующие в заключении договора.

57. Молодому специалисту коммерческой службы производственного объединения поручено составить проект договора поставки строительных материалов. Дайте подробные рекомендации по составлению проекта договора поставки: - Правильное наименование договора. - Структура и содержание договора. - Обязательные условия поставки. - Имущественная ответственность сторон. - Укажите службы предприятия, участвующие в заключении договора.

58. Поставщик заключил договор на поставку безалкогольных напитков в ассортименте на предстоящий хозяйственный год. По истечении некоторого времени в цехе предприятия возник пожар, и поставщик по независящим от него причинам (раздел договора "Форс-мажорные обстоятельства") прекратил поставку продукции, о чем предварительно известил Покупателя. Проанализируйте сложившуюся ситуацию и дайте ответы на предложенные вопросы:

Несет ли имущественную ответственность "Поставщик" в этом случае за неисполнение договорных обязательств?

Какую редакцию раздела «Форс-мажорные обстоятельства» следует предусматривать?

Какие условия следует предусматривать коммерческой службе Поставщика в договоре для снижения коммерческого риска?

59. Поставщик заключил договор на поставку масла растительного и жиров в ассортименте на предстоящий хозяйственный год. По истечении некоторого времени в цехе предприятия возник пожар, и поставщик по независящим от него причинам (раздел договора "Форс-мажорные обстоятельства") прекратил поставку продукции, о чем предварительно известил Покупателя. Проанализируйте сложившуюся ситуацию и дайте ответы на предложенные вопросы:

Несет ли имущественную ответственность "Поставщик" в этом случае за неисполнение договорных обязательств?

Какую редакцию раздела «Форс-мажорные обстоятельства» следует предусматривать?

Какие условия следует предусматривать коммерческой службе Поставщика в договоре для снижения коммерческого риска?

60. На основании договора, заключенного между торговой организацией «Кентавр» и ООО "Ритм" на поставку 12 тонн сахара, товар должен был поставляться равными партиями в течение срока действия договора (конкретный срок действия в договоре не указан). Поставщик в период с января по март поставил 4 тонны сахара. В апреле работники торгового отдела торговой организация «Кентавр» предъявили претензию Поставщику о недопоставке товара. Правомерны ли действия Покупателя? Ответ обоснуйте.

Выписка из договора: За не поставку или недопоставку товара Поставщик уплачивает Покупателю штраф в размере 10% стоимости не поставленного или недопоставленного в срок товара. По вопросам, непредусмотренным настоящим договором, стороны руководствуются Положением о поставках товаров в Республике Беларусь.

61. На основании договора, заключенного между торговой организацией «Альтаир» и ООО "Ритм" на поставку 24 тонн сахара, товар должен был поставляться равными партиями в течение срока действия договора (конкретный срок действия в договоре не указан). Поставщик в период с января по март поставил 12 тонн сахара. В апреле работники торгового отдела торговой организация «Альтаир» предъявили претензию Поставщику о недопоставке товара. Правомерны ли действия Покупателя? Ответ обоснуйте.

Выписка из договора: За не поставку или недопоставку товара Поставщик уплачивает Покупателю штраф в размере 10% стоимости не поставленного или недопоставленного в срок товара. По вопросам, непредусмотренным настоящим договором, стороны руководствуются Положением о поставках товаров в Республике Беларусь.

62. Коммерческому отделу ОАО «Свислочь» поручено разработать перечень мероприятий, способствующих росту товарооборота в магазине "Товары для дома».

Укажите при ответе на ситуацию:

Какие способы увеличения объемов продажи следует рассмотреть товароведам?

Какие из дополнительных услуг Вы бы рекомендовали оказывать в данном магазине?

Какие из предоставляемых услуг следует оказать на платной основе, а какие-бесплатно?

Ответ обоснуйте.

63. Коммерческому отделу ОАО «Техник» поручено разработать перечень мероприятий, способствующих росту товарооборота в магазине "Техника для дома».

Укажите при ответе на ситуацию:

Какие способы увеличения объемов продажи следует рассмотреть товароведам?

Какие из дополнительных услуг Вы бы рекомендовали оказывать в данном магазине?

Какие из предоставляемых услуг следует оказать на платной основе, а какие-бесплатно?

Ответ обоснуйте.

64. Предложите различные варианты сервисного обслуживания покупателей в фирменных магазинах. Укажите возможные предпродажные, послепродажные услуги, а также услуги в период продажи для таких магазинов: - фирменный магазин ОАО «Белвар» (бытовые электроприборы: кухонные комбайны, утюги, миксеры и др.); - фирменный магазин ОАО «Коминтерн»; - фирменный магазин СООО «Марко»; - фирменная секция СП ООО «Белита» (косметические товары).

65.Предложите различные варианты сервисного обслуживания покупателей в фирменных магазинах. Укажите возможные предпродажные, послепродажные услуги, а также услуги в период продажи для таких магазинов:- фирменный магазин ОАО «Электросила» (бытовые электроприборы: кухонные комбайны, утюги, миксеры и др.); - фирменный магазин ОАО «Коминтерн»; - фирменный магазин СООО «Белвест»; - фирменная секция СП ООО «Маркел» (косметические товары).

66. Составьте текст коммерческого предложения на поставку швейных изделий.

Предлагается для реализации новая коллекция верхней одежды куртки демисезонные мужские, подростковые, детские; плащи мужские и женские. Производитель предлагает поставку по ценам «франко-склад Покупателя», отсрочку оплаты до 30 дней. Дополнительные сведения и условия поставки продукции предложите самостоятельно.

67. Составьте текст коммерческого предложения на поставку кондитерских изделий. Предлагается для реализации широкий ассортимент. Производитель предлагает большой перечень оптовых услуг. Дополнительные сведения и условия поставки продукции предложите самостоятельно.

68. Составьте проект договора поставки обуви между ОАО «Обувь» (г. Могилев) и ОАО «Универмаг «Гомель» на предстоящий год.

1.Поставщик обязуется поставить, а Покупатель принять и оплатить обувь, ассортимент и количество которой указываются в спецификации, являющейся неотъемлемой частью договора. Спецификация предоставляется Поставщиком за 25 дней до срока поставки.

2.Поставка обуви производится самовывозом Покупателем.

3.Поставка осуществляется на условиях «франко-склад Поставщика» раз в квартал, не позднее 10 числа первого месяца квартала.

4.Качество, маркировка и упаковка поставляемой обуви должны соответствовать нормативно-технической документации.

5.Приемка товаров по количеству и качеству производится в соответствии с Положением о приемке товаров по количеству и качеству. Поставщику предоставляется право перепроверки забракованных обувных товаров.

6.Обувь отпускается по свободным ценам, которые согласованы сторонами и зафиксированы Протоколом согласования цен.

7.Расчеты за поставленную продукцию производятся платежными требованиями в течение 20 банковских дней с момента поступления товаров.

8.За нарушение сроков оплаты Покупатель уплачивает пеню в размере 0,1% от стоимости неоплаченной продукции за каждый день просрочки.

69. Составьте проект договора поставки обуви между ОАО «Сивельга» (г. Гродно) и ОАО «Старый Универмаг» г. Гомель на предстоящий год.

1.Поставщик обязуется поставить, а Покупатель принять и оплатить обувь, ассортимент и количество которой указываются в спецификации, являющейся неотъемлемой частью договора. Спецификация предоставляется Поставщиком за 25 дней до срока поставки.

2.Поставка обуви производится самовывозом Покупателем.

3.Поставка осуществляется на условиях «франко-склад Поставщика» раз в квартал, не позднее 10 числа первого месяца квартала.

4.Качество, маркировка и упаковка поставляемой обуви должны соответствовать нормативно-технической документации.

5.Приемка товаров по количеству и качеству производится в соответствии с Положением о приемке товаров по количеству и качеству. Поставщику предоставляется право перепроверки забракованных обувных товаров.

6.Обувь отпускается по свободным ценам, которые согласованы сторонами и зафиксированы Протоколом согласования цен.

7.Расчеты за поставленную продукцию производятся платежными требованиями в течение 20 банковских дней с момента поступления товаров.

8.За нарушение сроков оплаты Покупатель уплачивает пеню в размере 0,1% от стоимости неоплаченной продукции за каждый день просрочки.

70. ТД «Речицкий» закупил партию трикотажных изделий Пинской трикотажной фабрики, замаркированных производителем 1 сортом. При окончательной приемке по качеству комиссий были обнаружены дефекты, на основании которых 5 единиц трикотажных изделий по цене 45 рубля за каждую были отнесены к браку, а 7 изделий по цене 37 рублей были переведены во 2-ой сорт. Скидка на понижение сортности согласно договору- 10%. Штраф за поставку некачественного товара 25% от стоимости некачественных товаров, а за проведение уценки – 200% от сумму уценки. Поставщик не заменил недоброкачественные трикотажные изделия в установленный договором срок. Транспортные расходы по возврату брака Поставщику составили 57 рублей. Рассчитайте размер иска к Поставщику.

71. ТД «Неманский» закупил партию трикотажных изделий Витебской трикотажной фабрики, замаркированных производителем 1 сортом. При окончательной приемке по качеству комиссий были обнаружены дефекты, на основании которых 3 единиц трикотажных изделий по цене 43 рубля за каждую были отнесены к браку, а 6 изделий по цене 66 рублей были переведены во 2-ой сорт. Скидка на понижение сортности согласно договору- 10%. Штраф за поставку некачественного товара 25% от стоимости некачественных товаров, а за проведение уценки – 200% от сумму уценки. Поставщик не заменил недоброкачественные трикотажные изделия в установленный договором срок. Транспортные расходы по возврату брака Поставщику составили 63 рубля. Рассчитайте размер иска к Поставщику.

72. Согласно договора поставки ОАО "Красный пищевик" отгрузило в адрес Гомельского филиала Гомельского облпотребобщества кондитерские изделия на сумму 800 рублей. Работники филиала от товаров отказались, мотивируя свой отказ большой задолженностью перед "Поставщиками" и отправило товар обратно. Транспортные расходы составили 560 рублей. В соответствии с договором имущественная ответственность "Покупателя", отказавшегося от принятия и оплаты товаров, предусмотренных договором в размере 10% стоимости этих товаров. 1. Произвести расчет штрафных санкций.

2. Правильно ли поступили работники филиала, отказавшись от принятия товаров, если товарооборачиваемость кондитерских изделий в предшествующем квартале составила 60 дней.

3. Какие просчеты были допущены коммерческим аппаратом при заключении данного договора, его исполнении.

73. Согласно договора поставки ОАО "Красный мозырянин" отгрузило в адрес Светлогорского филиала Гомельского облпотребобщества кондитерские изделия на сумму 600 рублей. Работники филиала от товаров отказались, мотивируя свой отказ большой задолженностью перед "Поставщиками" и отправило товар обратно. Транспортные расходы составили 460 рублей. В соответствии с договором предусмотрена имущественная ответственность "Покупателя", отказавшегося от принятия и оплаты товаров, предусмотренных договором в размере 10% стоимости этих товаров.

1. Произвести расчет штрафных санкций.

2. Правильно ли поступили в филиале, отказавшись от принятия товаров, если товарооборачиваемость кондитерских изделий в предшествующем квартале составила 60 дней.

3. Какие просчеты были допущены коммерческим аппаратом при заключении данного договора, его исполнении.

74. По условию договора Узовский комбинат хлебопродуктов в течение года должен отгрузить Гомельскому филиалу Гомельского облпотребобщества 60 тонн муки, 24 тонны крупы гречневой и 4 тонны крупы ячневой. Поставка осуществляется равными партиями ежемесячно. В январе текущего года Поставщик отгрузил 4 тонны муки по цене 6 рублей. за кг, 2 тонны крупы гречневой по цене 15 рублей. за кг, 0,5 тонны крупы перловой по цене 7 рублей, 0,5 тонны риса шлифованного по цене 11 рублей за кг. Цена 1кг ячневой крупы 0,6тыс.руб. Проанализируйте сложившуюся ситуацию. Определите права и обязанности сторон. Рассчитайте штрафные санкции и сумму иска к Поставщику.

75. По условию договора Гомельский комбинат хлебопродуктов в течение года должен отгрузить Светлогорскому филиалу Гомельского облпотребобщества 60 тонн муки, 24 тонны крупы гречневой и 4 тонны крупы ячневой. Поставка осуществляется равными партиями ежемесячно. В январе текущего года Поставщик отгрузил 4 тонны муки по цене 6 рублей. за кг, 2 тонны крупы гречневой по цене 15 рублей. за кг, 0,5 тонны крупы перловой по цене 7 рублей, 0,5 тонны риса шлифованного по цене 11 рублей за кг. Цена 1кг ячневой крупы 0,6тыс.руб. Проанализируйте сложившуюся ситуацию. Определите права и обязанности сторон. Рассчитайте штрафные санкции и сумму иска к Поставщику.

76. Составьте спецификацию к договору поставки с указанием рациональных сроков поставки по кварталам. СООО "Сивельга" по договору должна поставить в следующем году 1000 пар обуви в том числе: - туфли женские летние - 20%; - туфли женские осенние - 40%; - туфли женские модельные - 40%

77. Составьте спецификацию к договору поставки с указанием рациональных сроков поставки по кварталам. СПООО "Марко" по договору должна поставить в следующем году 1000 пар обуви в том числе: - туфли женские летние - 20%; - туфли женские осенние - 40%; - туфли женские модельные - 40%

78. ОАО «Оршасырзавод» (поставщик) предложил проект договора ОАО ТД «Речицкий» (покупатель) на поставку сыра «Российский» на предстоящий хозяйственный год в количестве 30 тонн. ОАО ТД «Речицкий» (покупатель) предлагает расширить ассортимент за счет поставок сыра «Пошехонского» в количестве 20 тонн и «Сулугуни» 20 тонн и получает согласие Поставщика.

1. Составьте спецификацию на поставку сыра, согласованную между сторонами.
2. Раскройте значение спецификации при выполнении условий договора.
3. Укажите, что необходимо учитывать товароведу при распределении количества поставляемого товара по кварталам.

79. ОАО «Оршасырзавод» (поставщик) предложил проект договора ОАО ТД «Неманский» (покупатель) на поставку сыра «Российский» на предстоящий хозяйственный год в количестве 40 тонн. ОАО ТД «Неманский» (покупатель) предлагает расширить ассортимент за счет поставок сыра «Пошехонского» в количестве 30 тонн и «Сулугуни» 30 тонн и получает согласие Поставщика.

1. Составьте спецификацию на поставку сыра, согласованную между сторонами.
2. Раскройте значение спецификации при выполнении условий договора.
3. Укажите, что необходимо учитывать товароведу при распределении количества поставляемого товара по кварталам.

80. Составьте протокол разногласий к договору поставки между Витебским ОАО "Красный Октябрь" и ОАО «Универмаг «Гомель».

В проекте представленного договора производителем было указано:

Порядок поставки. Транспорт.

2.1. Поставка обуви производится один раз в квартал.

2.2. Восполнение недопоставки товара производится в течение следующего квартала в ассортименте того периода, в котором допущена недопоставка.

В проекте договора не предусмотрена имущественная ответственность сторон.

81. Составьте протокол разногласий к договору поставки между Витебским ОАО "Красный Октябрь" и ОАО «Старый Универмаг» г.Гомель.

В проекте представленного договора производителем было указано:

Порядок поставки. Транспорт.

2.1. Поставка обуви производится один раз в месяц.

2.2. Восполнение недопоставки товара производится в течение следующего квартала в ассортименте того периода, в котором допущена недопоставка.

В проекте договора не предусмотрена имущественная ответственность сторон.

82. Гродненская швейная фабрика «Динамо» (поставщик) предложила

Гомельскому райпо (покупатель) заключить договор №3 от 04.01.20 \_\_г на поставку спортивных костюмов в количестве 1600 шт.

Выписка из проекта договора:

4.1. Поставка спортивных костюмов по квартально 1 раз в квартал в количестве 400 шт.

4.2. Восполнение недопоставки товара производится в течение следующего.

4.3. Расчеты за товар производятся путем 100% предварительной оплаты.

4.4. Замена брака производится в течении 30 дней с момента поставки.

1. Составьте протокол разногласий с точки зрения позиций, выгодных для Светлогорского филиала Гомельского облпотребобщества (покупателя).

2. Укажите какие последствия могут возникнуть, если поставщик – Гродненская швейная фабрика «Динамо» не подпишет протокол разногласий, составленный покупателем.

83. Мозырьская швейная фабрика «Надекс» (поставщик) предложила

Гомельскому филиалу Гомельского облпотребобщества (покупатель) заключить договор на поставку спортивных костюмов в количестве 2400 шт.

Выписка из проекта договора:

4.1. Поставка спортивных костюмов по квартально 1 раз в квартал в количестве 600 шт.

4.2. Восполнение недопоставки товара производится в течение следующего.

4.3. Расчеты за товар производятся путем 100% предварительной оплаты.

4.4. Замена брака производится в течении 30 дней с момента поставки.

1. Составьте протокол разногласий с точки зрения позиций, выгодных для Гомельского райпо (покупателя).

2. Укажите какие последствия могут возникнуть, если поставщик – швейная фабрика «Динамо» не подпишет протокол разногласий, составленный покупателем.

84.В современных условиях конъюнктуры торговли используют два основных метода формирования ассортимента: метод ассортиментного перечня и по потребительским комплексам. Оптово-розничная торговая организация «Добробыт» реализует в преимуществе продовольственные товары и применяет только метод ассортиментного перечня. При ответе на ситуацию укажите:

Определение термина «формирование ассортимента».

Объяснить, почему торговая организация «Добробыт» использует при формировании ассортимента метод обязательного ассортиментного перечня, в чем достоинства и недостатки этого метода.

Укажите порядок разработки и утверждения ассортиментного перечня.

Какие условия необходимы для использования метода формирования ассортимента по потребительским комплексам, в чем его преимущества?

85.В современных условиях конъюнктуры торговли используют два основных метода формирования ассортимента: метод ассортиментного перечня и по потребительским комплексам. Оптово-розничная торговая организация «Домовик» реализует в преимуществе непродовольственные товары и применяет только метод ассортиментного перечня. При ответе на ситуацию укажите:

Определение термина «формирование ассортимента».

Объяснить, почему торговая организация «Домовик» использует при формировании ассортимента метод обязательного ассортиментного перечня, в чем достоинства и недостатки этого метода.

Укажите порядок разработки и утверждения ассортиментного перечня.

Какие условия необходимы для использования метода формирования ассортимента по потребительским комплексам, в чем его преимущества

86. При проверке отдела «Чулочно-носочные изделия» товароведом вышестоящей организации в январе месяце было выявлено фактическое количество разновидностей реализуемых товаров, которое представлено в таблице:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование товаров | Количество  разновидностей  по ассортиментному перечню | Фактическое количество разновидностей  при проверке | Коэффициент полноты ассортимента |
| 1 | Носки махровые | 4 | 4 |  |
| 2 | Носки х/б | 8 | 5 |  |
| 3 | Носки п/ш | 6 | 6 |  |
| 4 | Колготки х/б | 4 | 4 |  |
| 5 | Колготки п/ш | 6 | 3 |  |
|  | ИТОГО |  |  |  |

Укажите формулу расчета коэффициента полноты ассортимента.

Определите коэффициент полноты ассортимента.

Сделайте выводы, учитывая числовое значение данного коэффициента.

Внесите предложения по улучшению ситуации используя данные таблицы

87.При проверке отдела «Овощи и фрукты» товароведом вышестоящей организации в мае месяце было выявлено фактическое количество разновидностей реализуемых товаров, которое представлено в таблице:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование товаров | Количество  разновидностей  по ассортиментному перечню | Фактическое количество разновидностей  при проверке | Коэффициент полноты ассортимента |
| 1 | Капуста | 4 | 2 |  |
| 2 | Лук | 4 | 3 |  |
| 3 | Яблоки | 6 | 5 |  |
| 4 | Морковь | 1 | - |  |
| 5 | Картофель | 2 | 1 |  |
|  | ИТОГО |  |  |  |

Укажите формулу расчета коэффициента полноты ассортимента.

Определите коэффициент полноты ассортимента.

Сделайте выводы, учитывая числовое значение данного коэффициента.

Внесите предложения по улучшению ситуации используя данные таблицы.

88.По результатам трех проверок, проводимых в ноябре *–* декабре, товароведу вышестоящей организации необходимо проверьте стабильность ассортимента молочных товаров магазина «Супермаркет», используя данные таблицы:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование товара | Количество  разновидностей  по ассортиментному перечню | Фактическое количество разновидностей при проверке | | | Коэффициент стабильности ассортимента |
| 11.11 | 30.11 | 14.12 |
| 1 | Молоко | 10 | 10 | 8 | 7 |  |
| 2 | Кефир | 8 | 6 | 5 | 7 |  |
| 3 | Йогурт | 7 | 3 | 5 | 7 |  |
|  | ИТОГО |  |  |  |  |  |

Укажите формулу расчета коэффициента стабильности ассортимента.

Определите коэффициент стабильности ассортимента.

Сделайте выводы, учитывая числовое значение данного коэффициента.

Внесите предложения по улучшению ситуации используя данные таблицы.

89.По результатам трех проверок, проводимых в мае *–* июне, товароведу вышестоящей организации необходимо проверьте стабильность ассортимента основных реализуемых видов товаров магазина «Новоселы», используя данные таблицы:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование товара | Количество  разновидностей  по ассортиментному перечню | Фактическое количество разновидностей при проверке | | | Коэффициент стабильности ассортимента |
| 13.05 | 30.05 | 14.06 |
| 1 | Эмаль | 30 | 18 | 21 | 25 |  |
| 2 | Масляная краска | 10 | 9 | 8 | 7 |  |
| 3 | Олифа | 1 | 2 | 2 | 2 |  |
|  | ИТОГО |  |  |  |  |  |

Укажите формулу расчета коэффициента стабильности ассортимента.

Определите коэффициент стабильности ассортимента.

Сделайте выводы, учитывая числовое значение данного коэффициента.

Внесите предложения по улучшению ситуации используя данные таблицы.

90. В Супермаркете по состоянию на 01 ноября имелись фактические товарные запасы чая в ассортименте на общую стоимость 38000 рублей. Среднедневная реализация чая составляет 2000 рублей. Поставщик осуществляет завоз данного товара один раз в неделю.

В ответе укажите:

Какие факторы учитываются при составлении заявки на завоз товаров в магазин?

Следует ли включать чай в ближайшую заявку? Свои выводы подтвердите расчетом.

Какие мероприятия по нормализации товарных запасов чая следует организовать?

Какие последствия могут быть, если при составлении заявки неверно рассчитано необходимое к завозу количество товара?

91. В продовольственном магазине по состоянию на 01 ноября имелись фактические товарные запасы чая в ассортименте на общую стоимость 4000 рублей. Среднедневная реализация чая составляет 200 рублей. Поставщик осуществляет завоз данного товара один раз в неделю.

В ответе укажите:

Какие факторы учитываются при составлении заявки на завоз товаров в магазин?

Следует ли включать чай в ближайшую заявку? Свои выводы подтвердите расчетом.

Какие мероприятия по нормализации товарных запасов чая следует организовать?

Какие последствия могут быть, если при составлении заявки неверно рассчитано необходимое к завозу количество товара?

92. Торговому отделу оптово-розничной торговой организации «Лилия» поручено внедрить требования мерчендайзингав деятельность супермаркета «Сторона», которые увеличат объемы продаж.

Укажите при ответе на ситуацию:

1. Дайте определение термину « мерчендайзинг».
2. Какие цели стоят перед мерчендайзингом?
3. Какие способы выкладки, с точки зрения требований мерчендайзинга ,необходимо использовать в данном торговом объекте?
4. Перечислите основные средства POS-материалов, которые должны быть в торговом зале для привлечения покупателей и ознакомления их с реализуемым ассортиментом?

93. Торговому отделу оптово-розничной торговой организации «Дионис» поручено внедрить требования мерчендайзингав деятельность гипермаркета «Простор», которые увеличат объемы продаж.

Укажите при ответе на ситуацию:

1. Дайте определение термину « мерчендайзинг».

2. Какие цели стоят перед мерчендайзингом?

3. Какие способы выкладки, с точки зрения требований мерчендайзинга ,необходимо использовать в данном торговом объекте?

4. Перечислите основные средства POS-материалов, которые должны быть в торговом зале для привлечения покупателей и ознакомления их с реализуемым ассортиментом?

94. Перед коммерческим аппаратом ЧУП «Родной урожай» стоит проблема сбыта переработанной плодоовощной продукции местного производителя. Было принято решение разработать коммерческое предложение.

1. Дайте определение коммерческого предложения.

2. Укажите отличия твердой оферты (коммерческое предложение) от свободной.

3.Укажите какую из оферт будите использовать в данной ситуации. Ответ обоснуйте

95. Перед коммерческим аппаратом ЧУП «Фермерский» стоит проблема сбыта свежей плодоовощной продукции. Было принято решение разработать коммерческое предложение.

1. Дайте определение коммерческого предложения.

2. Укажите отличия твердой оферты (коммерческое предложение) от свободной.

3.Укажите какую из оферт будите использовать в данной ситуации. Ответ обоснуйте

96. Рассчитайте объемы реализации продукции цеха полуфабрикатов торговой организации «Альянс» через собственную розничную торговую сеть. Полученные результаты оформите в таблице.

Таблица (руб)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товаров | Товарные запасы на начало 2 квартала | Поступление товаров за 2 квартал | Товарные запасы на конец 2 квартала | Реализация |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Пельмени «Любительские» | 473 | 1650 | 328 |  |
| 2. Вареники с творогом | 638 | 2365 | 764 |  |
| 3. Клецки «Домашние» | 298 | 1078 | 348 |  |
| 4. Цеппелины «Сочные» | 315 | 1350 | 155 |  |

Ответьте на следующие вопросы:

1. По каким видам товаров запасы на конец отчетного периода снизились по сравнению с запасами на начало квартала? Укажите возможные причины.

2. По каким видам товаров поступление превысило реализацию в отчетном периоде? Укажите возможные причины.

97. Торговый отдел ОАО ТД «Речицкий» произвел закупку йогуртов у 4-х различных поставщиков. Рассчитайте объемы реализации йогуртов за отчетный период по поставщикам товаров. Результаты расчетов оформите в таблице.

Таблица (руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товаров | Товарные запасы на начало 2 квартала | Поступление товаров за 2 квартал | Товарные запасы на конец 2 квартала | Реализация |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1.«Савушкин продукт» | 240 | 656 | 360 |  |
| 2. «Молочные кружева» | 568 | 826 | 258 |  |
| 3. «Бабушкина крынка» | 349 | 652 | 490 |  |
| 4. «Милкавита» | 125 | 584 | 394 |  |

Ответьте на следующие вопросы:

Укажите йогурт каких поставщиков пользуется спросом. Ответ обоснуйте.

Укажите по каким поставщикам поступление превысило реализацию в данном периоде?

Перечислите возможные причины сложившейся ситуации.

98. Прокомментируйте следующие ситуации. Ответы обоснуйте.

1. Покупателя не впустили в продовольственный магазин «Южный» за 5

минут до его закрытия, мотивируя тем, что в торговом зале много покупателей, его не успеют обслужить. Когда должен быть прекращен доступ покупателей в торговый зал магазина? Прокомментируйте действия работников магазина.

1. В продовольственном магазине «Южный» при отпуске бакалейных товаров

каждому покупателю продавец добавляет пакет концентрированного супа, срок реализации которого истекает. На возражения покупателей отвечает, что это распоряжение руководителя магазина. Правильно ли поступает продавец? Почему?

1. По решению руководителя торговой организации продовольственный магазин

«Южный» закрывается на ремонт. Каковы должны быть действия заведующей магазином?

99. Прокомментируйте следующие ситуации. Ответы обоснуйте.

1. Покупателя не впустили в продовольственный магазин «Западный» за 5

минут до его закрытия, мотивируя тем, что в торговом зале много покупателей, его не успеют обслужить. Когда должен быть прекращен доступ покупателей в торговый зал магазина? Прокомментируйте действия работников магазина.

1. В продовольственном магазине «Западный» при отпуске бакалейных товаров

каждому покупателю продавец добавляет пакет концентрированного супа, срок реализации которого истекает. На возражения покупателей отвечает, что это распоряжение руководителя магазина. Правильно ли поступает продавец? Почему?

1. По решению руководителя торговой организации продовольственный магазин

«Западный» закрывается на ремонт. Каковы должны быть действия заведующей магазином?

100. Прокомментируйте следующие ситуации. Ответ обоснуйте.

1. Покупатель приобрел пылесос. На следующий день он

обратился к продавцу магазина с просьбой обменять на другой такой товар возможно с доплатой стоимости, так как его не устраивает цветовая гамма. Товарный вид, упаковка и кассовый чек сохранены. Укажите действия продавца.

1. В магазине 27 июня покупательница обратилась к продавцу с просьбой

обменять платье на платье другой модели, которое появилось в продаже. У покупательницы имеется кассовый чек от 5 июня; сохранен внешний товарный вид изделия и фабричный ярлык. Как поступить продавцу в данной ситуации?

1. Покупатель приобрел летние туфли 15 апреля. Производителем установлен гарантийный срок – 30 календарных дней. В результате носки треснула подошва, и 24 мая покупатель обратился в магазин с просьбой обменять товар. Как поступит администрация магазина? Кем оплачивается и как потом возмещается стоимость экспертизы товара?

101. Прокомментируйте следующие ситуации. Ответы обоснуйте.

1. Покупатель приобрел в гипермаркете обручальное кольцо. На следующий день

он пришел с просьбой обменять на другой товар; товарный вид, упаковка, кассовый чек сохранены. Продавец отказал? Правомерны ли действия продавца?

2. В гипермаркете покупатель приобрел брюки спортивные. Через пятьдней он вернулся в магазин с целью обменять товар на товар другого размера. В какой срок может состояться обмен данного товара и при каких условиях?

3. Покупатель приобрел зимние сапоги 10 сентября. Производителем установлен гарантийный срок – 70 календарных дней. В результате носки сломался каблук, и 14 декабря покупатель обратился в магазин с просьбой обменять товар. Как поступит администрация магазина? Кем оплачивается и как потом возмещается стоимость экспертизы товара?

**Методические рекомендации по изучению и написанию**

**теоретических вопросов**

Основой для изучения вопросов **№ 1-13, 20-30, 37-55** - может служить учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010

Основой для изучения вопросов **№ 14-19, 31-43** может служить учебное пособие Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность: учебник / С.И. Башаримова, М.В. Дасько. – Минск : Бел.Энц. iмя Петруся Бройкi, 2010

1. Сущность и цель коммерческой деятельности.

(*Понятие «коммерческая деятельность», коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг, коммерческий процесс, коммерческие операции, цель коммерческой деятельности*)

1. Роль коммерческой деятельности в условиях конкуренции.

(*Предпосылки изменения роли коммерческой деятельности в новых условиях хозяйствования, направления совершенствования коммерческой деятельности, факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности*)

1. Принципы, функции и задачи коммерческой деятельности в современных условиях. (*Охарактеризовать принципы коммерческой деятельности - экономическая свобода, конкурентоспособность; адаптивность; снижение риска, эффективность.*

*Перечислить функции и задачи*)

1. Субъекты правоотношений и объекты в коммерческой деятельности, их характеристика.

(*Охарактеризовать субъекты коммерческих операций: коммерческие и некоммерческие организации, субъекты коммерческих правоотношений в торговле (юридические лица, индивидуальные предприниматели, хозяйственные товарищества и общества (ОАО, ООО, ОДО), производственные кооперативы, унитарные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства.*

*Охарактеризовать субъекты коммерческих операций: товар, услуга*)

1. Характеристика основных элементов, определяющих содержание коммерческой деятельности.

(*Информационное обеспечение коммерческой деятельности, определение потребности в товарах,*

*выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов распределения, коммерческая деятельность по установлению хозяйственных связей между партнерами,*

*организация оптовых закупок товаров, коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров, коммерческая деятельность по организации розничной продажи товаров,*

*управление товарными ресурсами, работа по продвижению товара на рынок, обеспечивающая формирование спроса, стимулирование продажи товаров, оказание услуг, сервисное сопровождение товаров, разработка коммерческой стратегии торговой организации*)

1. Коммерческие службы торговых организаций и их функции. Требования к специалистам коммерческой службы.

*(Функции коммерческой службы розничных и оптовых торговых организаций.*

*Перечислите действия специалистов направленные на эффективность коммерческой деятельности и важнейшие требования к специалистам по коммерции)*

1. Коммерческая информация: источники, предъявляемые требования. Современные информационные технологии, применяемые в коммерческой деятельности.

(*Понятие «коммерческой информации». Охарактеризовать источники получения коммерческой информации – внешние, внутреннее, первичные, вторичные. Перечислить требования, предъявляемые к коммерческой информации.*

*Технические средства получения коммерческой информации КСА, СКС и т.д.*)

1. Комплексное изучение рынка как основа информационного обеспечения коммерческой деятельности. Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.

(*Изучение покупателей, мотивов покупок, требований к товару; организация изучения спроса и конъюнктуры рынка; изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на рынке.*

*Для принятия каких коммерческих решений используется коммерческая информация*)

1. Коммерческая тайна, мероприятия по ее защите.

(*Понятия «коммерческая тайна», «коммерческий секрет» и необходимость ее защиты; нормативные правовые акты; сведения, составляющие коммерческую тайну; сведения, не относящиеся к коммерческой тайне; принципы отнесения информации к коммерческой тайне; каналы распространения (формальные и неформальные.*

*Охарактеризовать систему защиты коммерческой тайны мероприятия по защите – организационные, технические, специальные*)

1. Покупательский спрос, определяющие его факторы. Жизненный цикл спроса.

(*Понятия «покупательский спрос», «потребность». Перечислить задачи по изучению спроса. Указать особенности покупательского спроса на продовольственные и непродовольственные товары. Охарактеризовать факторы – экономические, социально-демографические, природно-климатические.*

*Описать фазы жизненного цикла спроса – зарождение, опережения, замедления, зрелость, затухание*)

1. Оценка покупательского спроса. Методы изучения и прогнозирования покупательского спроса.

(*Понятие «емкость рынка». Количественное и качественное измерение покупательского спроса. Особенности оценки спроса в опте и рознице.*

*Методы сбора и обработки информации о спросе: автоматизированные, неавтоматизированные. Методы изучения реализованного, неудовлетворенного, формирующегося покупательского спроса. Методы прогнозирования спроса*)

1. Конъюнктура рынка и конъюнктура торговли. Факторы, определяющие конъюнктуру.

(*Понятия «конъюнктуры рынка» и «конъюнктура торговли».*

*Факторы определяющие конъюнктуру рынка (социально-экономические, демографические, природно-географические, торговые. транспортные) и конъюнктуру торговли (спрос, предложение, цена, внеэкономические, условия реализации*)

1. Содержание конъюнктурного обзора. Использование материалов изучения спроса и конъюнктуры рынка для принятия коммерческих решений.

(*Понятие «конъюнктурные обзоры», структура конъюнктурного обзора - вводная часть, главные выводы, методология исследования, результаты исследования, рекомендации, приложения.*

*Материалы учета и прогнозирования спроса используемые в практической работе. Влияние покупательского спроса и конъюнктуры рынка на результаты работы торговых организаций)*

1. Виды планов снабжения. Показатели для анализа предложения по закупке сырья и материалов.

(*Планирование материально-технического обеспечения организаций, процесс разработки плана. Охарактеризовать виды планов – долгосрочный, среднесрочный, текущий. Изучение рынка сырья и материалов. Показатели для анализа – количественная оценка, анализ ассортимента, уровень цен, оценка перспектив развития, анализ транспортных условий*)

1. Методы изучения рынка сырья и материалов. Выбор стратегии снабжения.

(*Методы изучения рынка сырья и материалов – прямые и косвенные.*

*Процесс изучения рынка сырья и материалов*)

1. Определение потребности в материальных ресурсах. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе.

(*Исходные данные для определения материальной потребности. Понятие «норма». Запасы материальных ресурсов – текущий, подготовительный, гарантийный.*

*Методы определения потребности в материальных ресурсах – метод прямого счета, по аналогии, метод динамических коэффициентов, по материалоёмкости, по типовым представителям*)

1. Определение потребности организации в инструменте, спецодежде, топливе.

(*Потребность в инструменте, в спецодежде – на начало планируемого периода, оборотный фонд инструмента, эксплуатационный фонд инструмента. Системы размера запасов – «максимум-минимум» и «на заказ».*

*Потребность в топливе – линейная норма расхода, дополнительный расход, норма расхода топлива на выполнение транспортной работы, на ездку с грузом*)

1. Расчет объема закупок. Виды закупок.

(*Методы расчета объема закупок. Метод статистического прогнозирования (план закупок). Виды закупок – напрямую у изготовителя, оптовые закупки через посредника или биржу, лизинг, закупки через торги, тендеры*)

1. Составление бюджета снабжения. Формы и методы снабжения.

(*Разработка плана закупок – бюджет закупок, бюджет содержания запасов, бюджет общих затрат. Формы снабжения – транзитная и складская.*

*Методы снабжения – традиционная система организации материально-технического снабжения. Система договоров с фирмами –посредниками. снабжение производства по запросам, закупки товара одной партией, регулярные закупки мелкими партиями, закупки по мере необходимости, собственное производство, лизинг, метод поставок «точно в срок», метод «кабан», электронно-информационный*)

1. Понятие «товарные ресурсы». Источники поступления материальных (товарных) ресурсов.

(*Понятие «товарные ресурсы». Управление товарными ресурсами: цель, специфика. Охарактеризовать источники: производство, сельское хозяйство, собственный товарные ресурсы, товарные запасы, импорт* )

1. Поиск и выбор поставщика сырья и материалов (товаров). Экономическое обоснование потребности в товарных ресурсах.

(*Поставщики-изготовители и поставщики-посредники.* *Возможные варианты поиска поставщика: рассылка коммерческих предложений, или оферты, и получение акцепта. Требования к оферте и акцепту. Виды оферт. Критерии предварительного и окончательного выбора поставщика)*

1. Планирование ассортимента продукции на основе исследования рынка. Критерии оценки нового изделия, этапы внедрения его на рынок.

(*Изучение коммерческой информации при планировании ассортимента. Анализ деятельности конкурентов. Группы критериев оценки нового изделия: рыночные, товарные, сбытовые, производственные. Критерии оценки нового изделия: потребность в изделии, перспективы развития, уровень конкурентоспособности, степень стабильности, технические характеристики, упаковка, цена, реализация, реклама, оборудование*)

1. Формирование конкурентоспособного ассортимента товаров. Факторы, определяющие формирование ассортимента.

(*Производственный ассортимент. Управление ассортимента в оптовой торговле: определение размера оптимального товарного запаса, оперативный учет запасов и контроль за их состоянием, регулирование товарных запасов; факторы – потребительские свойства, качество товаров, условия транспортирования, упаковка.*

*Торговый ассортимент. Управление ассортимента в розничной торговле: ассортиментная политика, классификация ассортимента; факторы – зависящие и независящие от организации, предприятия*)

1. Принципы, этапы и методы формирования ассортимента в оптовой и розничной торговле.

(*Принципы: соответствие ассортимента, комплексное удовлетворение спроса, полнота, широта и глубина ассортимента, обеспечение рентабельной работы.*

*Этапы: определение классов товаров, расчеты структуры группового ассортимента, подбор видов и разновидностей товаров, завершение процесса формирования ассортимента.*

*Методы: на основе ассортиментного перечня, по потребительским комплексам, по принципу АВС-анализ*)

1. Сущность и структура хозяйственных связей, их виды, значение. Правовое регулирование хозяйственных связей.

(*Понятие хозяйственных связей. Структура хозяйственных связей: простая и сложная. Классификация и характеристика хозяйственных связей по числу участников, срокам действия, ведомственному признаку*

*Перечисление и значение нормативно-правовых документов, регулирующих установление хозяйственных связей между поставщиками и покупателями и заключение договоров: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Положение о поставке товаров в Республике Беларусь, Закон РБ «О поставках товаров для государственных нужд» и др.*)

1. Виды договоров: договоры купли-продажи (поставки), договоры комиссии, их краткая характеристика.

(*Дать понятие договоров, стороны по договору, их права и ответственность, сущность договора, особенности заключения*)

1. Порядок и способы заключения, изменения и расторжения договоров.

(*Подготовка к заключению договоров поставки. Порядок заключения договоров на основе инициативы и обоюдного согласия обеих сторон. Заключение договоров по переписке, по средствам связи и по средствам личных контактов, на переговорах*

*Процедура изменения и дополнения условий договора. Порядок одностороннего расторжения условий договора. Порядок расторжения заключенного договора по инициативе одной из сторон*)

1. Значение договора поставки, отличительные признаки. Структура и содержание договора поставки.

(*Понятие «договор поставки».*

*Структура договора поставки: вводная часть, основная часть и заключительная часть. Содержание договора поставки: предмет договора, цель приобретения товара, порядок и сроки поставки, транспорт, тара и упаковка, цена и порядок расчетов, ответственность сторон за нарушение условий поставки и др.*

*Наличие существенных условий договора, без которых он считается незаключенным)*

1. Имущественная ответственность сторон за нарушение условий поставки.

(*Обязательства Поставщика и его ответственность за недопоставку, поставку товара сверх количества, предусмотренного договором, нарушение ассортимента, поставка некачественного товара и некомплектного товара.*

*Обязательства Покупателя и его ответственность по исполнению договорных обязательств*)

1. Контроль исполнения договора поставки. Основные документы, применяемые при исполнении договоров поставки.

(*Условия поставки товаров. Порядок организации учета за выполнением договорных обязательств. Ручной и автоматизированный способы учета.*

*Документы, применяемые при исполнении договоров поставки: сопроводительные, удостоверяющие качество товаров, оформляемые при перевозке товаров через границу, таможни*)

1. Содержание коммерческой работы по сбыту продукции. Характеристика видов сбыта. Методы прогнозирования сбыта.

(*Понятие «сбыт». Коммерческая работа по сбыту: задача сбыта и распределения выпускаемой продукции, задача планирования ассортимента и качества производимой продукции., задача рекламы и стимулирования сбыта.*

*Охарактеризовать виды сбыта: прямой, косвенный, интенсивный, селективный, нацеленный, не нацеленный. Описать методы: количественный метод, метод экспертных оценок Делфи, метод экстраполяции, корреляционный анализ, регрессионный анализ, анализ временных рядов, метод Бокса-Дженкинса*)

1. Виды каналов сбыта. Формирование портфеля заказов. Содержание оперативно-сбытовой работы.

(*Понятие «сбыт» и «канал сбыта». Каналы: нулевой, одноуровневый, двухуровневый, трехуровневый. Критерии оценки каналов сбыта.*

*Понятия «портфель заказов организации», «производственная мощность»: норма заказа, транзитная норма.*

*Операции по сбыту товаров: преддоговорные, собственно-сбытовые, заключительные*)

1. Виды посредников, особенности их деятельности.

(*Понятие «посредник». Виды посредников: дилер, дистрибьютер, комиссионер, консигнатор, промышленный агент, сбытовые агенты, торговые агенты, коммивояжеры, товарный брокер*)

1. Виды посредников, особенности их деятельности. Виды предоставляемых посреднических услуг.

(*Понятия «коммерческо-посредническая деятельность». Коммерческо-посреднические операции: производственные, коммерческие; дополнительные услуги: информационно-коммерческие, научно-консультативные, рекламные, инжиниринговые, лизинговые*)

1. Договоры с посредниками, их условия.

(*Работа посредника с изготовителями товаров: неисключительное право продажи, исключительное право продажи, преимущественное право. Охарактеризовать следующие виды договоров: комиссии, консигнации, агентский договор, агентское соглашение, договор поручения, дилерский договор*)

1. Планирование личной продажи.

(*Понятие «торговый агент» и «коммивояжер». Особенности личной продажи. Этапы личной продажи. Правила проведения личной продажи)*

1. Оптовые ярмарки (выставки), их классификация, порядок организации и проведения. Преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках.

(*Понятие «оптовая ярмарка». Преимущества закупок на оптовых ярмарках. Классификация оптовых ярмарок. Организаторы оптовых ярмарок. Руководство ярмаркой, этапы организации и проведения: предварительный этап организации ярмарочной торговли; организационный этап; заключительный этап*)

1. Выставочная деятельность организаций.

(*Понятие «выставка». Классификация выставок. Организаторы выставки, этапы организации и проведения: предварительный этап; организационный этап; заключительный этап*)

1. Понятие аукциона, значение аукционной торговли в Республике Беларусь. Функции аукционных торгов. Участники аукционных торгов, виды аукционов. Нормативные правовые акты, регулирующие аукционную торговлю в Республике Беларусь.

(*Понятие «аукцион». Преимущества закупок на аукционах. Характеристика видов: открытые, закрытые, принудительные, добровольные, с повышением цены, с понижением цены, немой, заочный. Нормативные правовые акты, регулирующие аукционную торговлю в Республике Беларусь*)

1. Организация коммерческих операций на аукционах: подготовка аукциона, предварительный просмотр товара покупателями, аукционные торги, оформление аукционной сделки.

(*Характеристика этапов порядка проведения аукциона: подготовка, предварительный осмотр товаров покупателями, аукционный торг, оформление и исполнение аукционной сделки*)

1. Значение биржевой торговли в Республике Беларусь. Участники биржевых торгов, виды биржевых сделок. Нормативные правовые акты, регулирующие биржевую торговлю в Республике Беларусь. (*Понятие «товарная биржа». Преимущества закупок на товарных биржах. Развитие, реализуемые сырье и товары. Нормативные правовые акты, регулирующие биржевую торговлю в Республике Беларусь)*
2. Функции товарной биржи. Участники биржевых торгов, виды бирж.

(*Понятие «товарная биржа». Функции биржи – организующая, ценообразующая, страховая, информационная. Виды бирж (товарная, сырьевая, товарно-сырьевая). Участники биржевых торгов: маклер, дилер, брокер*)

1. Порядок проведения биржевых торгов на ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа». Виды и оформление биржевых сделок.

(*Структурные подразделения товарной биржи: информационно-справочный отдел, отдел товарной экспертизы, котировальная комиссия, торговый отдел, арбитраж и т.д. Учредители товарной биржи. Порядок организации товарной биржи. и биржевых сделок. Виды биржевых сделок: на реальный товар, срочные (фьючерсные) сделки, опционная сделка, хеджирование*)

1. Сущность, задачи оптовой торговли. Содержание работы по оптовой продаже товаров. Организация хозяйственных связей по оптовой продаже товаров. Продажа товаров через магазин-склад.

(*Понятие «оптовая торговля», задачи оптовой торговли. Простые и сложные хозяйственные связи. Продажа товаров через магазин-склад*)

1. Формы и методы оптовой продажи товаров.

(*Характеристика складской и транзитной форм оптовой продажи.*

*Характеристика методов оптовой продажи при складской и транзитной форме, продажа товаров путем личной отборки, мелкооптовая посылочная торговля, торговля через торговых агентов*)

1. Сущность и содержание коммерческой работы в розничной торговле. Организация розничной продажи товаров.

(*Понятие «розничная торговля». Сущность, значение и содержание коммерческой работы в розничной торговле.*

*Отличия розничного рынка; элементы коммерческой работы в розничной торговле; изучение спроса; формирование ассортимента; методы продажи товаров – самообслуживание, по образцам, с индивидуальным обслуживанием, с открытой выкладкой, через торговые автоматы)*

1. Методы стимулирования продаж.

(*Понятие «стимулирование продаж».*

*Охарактеризовать ценовые средства содействия продажам, преимущества и недостатки продажи по сниженным ценам, виды ценового стимулирования продаж.*

*Охарактеризовать неценовые средства стимулирования продаж, виды неценовых средств стимулирования продаж, преимущества устной консультации на месте продажи, правила размещения товаров в торговом зале, выкладка товаров, упаковка и маркировка*)

1. Мерчендайзинг как средство стимулирования продаж в розничной торговле.

(*Понятие «мерчендазинг». Сущность мерчендайзинговой стратегии. Цели, задачи и направления. Охарактеризовать основные элементы системы мерчендайзинга торгового объекта:* *планирование мерчендайзинга, экстерьер магазина, обустройство территории, управление пространством*)

1. Сервисное обслуживание и оказание услуг.

(*Понятие «торговая услуга». Классификация торговых услуг. Услуги связанные и несвязанные с процессом продажи товаров.*

*Понятие «сервисное обслуживание». Предпродажное и послепродажное сервисное обслуживание, виды сервиса в розничной торговле*)

1. Организация фирменной торговли.

(*Понятие «фирменный магазин», цель и задачи фирменного магазина. Особенности деятельности фирменного магазина. Типы фирменных магазинов по подчиненности, формы продажи. Нормативные правовые акты, регулирующие деятельность фирменных магазинов в Республике Беларусь)*

1. Управление товарными ресурсами в оптовой и розничной торговле

(*Управление товарными ресурсами в оптовой и розничной торговле: определение размера оптимального товарного запаса, оперативный учет, регулирование товарных запасов. Причины возникновения дефицита товарных запасов и сверхнормативных товарных запасов (излишек). Меры по оптимизации и нормализации товарных запасов*)

1. Рекламно-информационная деятельность оптовых и розничных торговых организаций по сбыту товаров. Рекламные средства, основные принципы оформления витрин магазина, рекламные мероприятия. Экономическая (коммерческая) и психологическая (коммуникативная) эффективность рекламы

(*Понятие «торговая реклама». Цель, задачи, функции и роль торговой рекламы. Характеристика рекламных средств применяемых в розничных торговых объектах. Виды витрин и правила их оформления*)

1. Взаимосвязь коммерческой деятельности и результатов работы организации.

(*Операции, непосредственно приносящие доход предприятию и косвенно влияющие на получение прибыли. Роль коммерческой службы в повышении эффективности работы организации*)

1. Факторы коммерческого успеха. Система показателей оценки эффективности коммерческой деятельности.

(*Характеристика факторов коммерческого успеха предприятия: состояние материально-технической базы, финансовые, кадровый потенциал, организационные факторы и др.*

*Факторы коммерческого успеха, зависящие и независящие от предприятия.*

*Основная функция коммерческой деятельности. Показатели эффективности: прибыль, доход*)

1. Коммерческий риск. Факторы, порождающие коммерческий риск.

(*Понятие «коммерческий риск». Сущность и факторы возникновения коммерческого риска: внешние, внутренние, зависящие и независящие от торговой организации. Характеристика зон риска: безрисковая, допустимая, критическая, катастрофическая. Пути снижения рисков. Страхование коммерческих операций: сущность, виды и порядок оформления*)

**Методические рекомендации по решению заданий практического характера**

**Задания 56-57** Основой для решения ситуации может служить применение Положение о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями)

*ИЛИ*

учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.145 - 156

**Задания 58-59** Основой для решения ситуации может служить применение Положение о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями)

*ИЛИ*

учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.161

**Задания 60-61** Основой для решения ситуации может служить применение Положение о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями)

*ИЛИ*

учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.154 - 155

**Задания 62-63** Основой для решения ситуации может служить учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.235 - 245

**Задания 64-65** Основой для решения ситуации может служить учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2008.- с.340 - 347

**Задания 66 - 67.** Изучите предложенные рекомендации по составлению коммерческих предложений и составьте свой вариант коммерческого предложения согласно данных ситуации, применяя примерную форму и требования к составлению и оформлению.

*Примерная форма коммерческого предложения*

|  |
| --- |
| РЭСПУБЛIКА БЕЛАРУСЬ  АДКРЫТАЕ  АКЦЫЯНЕРНАЕ  ТАВАРЫСТВА  «СЕЙСМАТЭХН1КА»  «СЕЙСМОТЕХНИКА»  246020 г. Гомель, ул. Владимирова, 16 тел. (375-232)42-37-90, факс(375-232)42-37-71, e-mail:gsmt@mail.гu. р/с № 3012210260017 в ф-ле ОАО «Белпромстройбанк» по Гомельской области код 151501360 г. Гомель, ул. Крестьянская.29а  www.seismo.by  « » 20\_ г. № \_\_\_\_\_\_  На № 10/4988 от 25.09.20 Главному инженеру РУП «Гомельтранснефть «Дружба»  Бордовскому A.M.  Факс: 70-17-68  КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИ  *Наша организация имеет возможность изготовить для вашего предпри-ятия емкости дренажные одностенные объемом по 12,5 м3 каждая в количе-стве 2-х единиц при следующих условиях:*  *1. Комплект поставки:*  *1.1. Металлоконструкция резервуара объемом 12,5 м3.*  *Наружное покрытие - два слоя битумно-каучуковой мастики с после-дующей оклейкой гидроизоляционным материалом Г-СТ-БП-ПП/ПЛ-3,5/4,5 по СТБ 74-98.*  *Внутреннее покрытие - грунтовка МЭП-2Г - один слой.*  *Окраска эмалью МЭП-2Н - два слоя.*  *1.2. Шахты под установку электронасосных агрегатов - 2 шт. (при-варка*  *при монтаже на месте установки).*  *1.3. Дополнительная арматура под установку метроштоков (СМДК).*  *2. Стоимость каждого резервуара (комплекта поставки) - 22184 тыс. бел.*  *рублей включая НДС.*  *2. Срок исполнения заказа - 60 дней с момента оплаты.*  *3. Условия оплаты - 50% предоплата, оставшиеся 50% по уведомлению о готовности.*  *4. Условия поставки - самовывоз.*  *Главный инженер Кротиков С.П.* |

***Методические рекомендации по составлению коммерческих предложений***

Коммерческое предложение должно иметь персональное обращение; текст, интересный для адресата; учитывать потребности клиента и предлагать решения на основе этих потребностей.

**Адресат.** Обращение в коммерческом предложении должно быть персонализированным, поэтому в качестве адресата нужно указывать структурное подразделение, заинтересованное в приобретении данного товара, и обращаться в письме лично к руководителю или ответственному исполнителю данного подразделения. В этом случае вероятность покупки существенно возрастает. Если производится массовая рассылка , допускается обращение к конкретной службе без указания исполнителя.

**Заголовок.** Заголовок набирается более крупным шрифтом, чем основная часть предложения. Заголовок должен привлекать внимание , вводить в главную часть текста и содержать то, что интересует потенциального клиента. Заголовок должен обещать пользу от покупки и не должен быть двусмысленным. Число читающих заголовок в 5 раз превышает число читающих основной текст!

**Основной текст**. К основному тексту коммерческого предложения предъявляются следующие требования:

- удобный, читаемый шрифт,

- первый абзац должен быть коротким, чтобы не спугнуть читателя,

- текст должен строиться на системе логических доказательств, быть простым, интересным, информативным, развлекающим, приятным и полезным.

Назначение основного текста коммерческого предложения состоит в том, чтобы убедить потенциальных клиентов, что именно наш товар лучший. Поэтому уделяется внимание описанию преимуществ, которые получит клиент от работы с нашим предприятием и использования именно нашего продукта. Не надо пытаться втиснуть в одно коммерческое предложение много продуктов.

**Постскриптум.** Известно, что около 80% читателей (четверо из пяти), получивших коммерческое предложение, в первую очередь прочтут постскриптум, еще до того как начнут читать текст коммерческого предложения. Существуют такие правила написания постскриптума в коммерческих предложениях:

- необходимо напомнить о специальной премии или подарке, которые они получат , сделав покупку ( снижение цены, увеличение срока гарантии);

- необходимо говорить о том, что потребители зарабатывают, получат или сэкономят, имея дело именно с нашим предприятием и нашим продуктом;

- при работе с аудиторией, которая не обладает информацией о нашем предприятии, необходимо указать номера контактных телефонов, факсов, адреса Эл. Или обычной почты. Это необходимо для того, чтобы сотрудничать с нами было удобно;

- полезно делать предложения с ограниченным действием и количеством откликов. Такие < ограничения > подталкивают потенциальную аудиторию к действию, а цифры привлекают к дополнительному вниманию;

- в тексте постскриптума необходимо использовать все, усилит коммерческое предложение, сделает его уникальным;

- важно подчеркнуть значимость именно данного клиента, желание сотрудничать именно с ним.

**Оформление**. Коммерческое должно быть выполнено на фирменном бланке, что придаст письму официальный характер и повысит степень внимания к нему.

Для удобства восприятия коммерческое предложение должно быть составлено на одном листе. В качестве объектов, привлекающих внимание , в коммерческом предложении могут использоваться иллюстрации, выделения текста с помощью увеличения шрифта, изменения цвета и вида шрифта и др. Но не следует использовать больше трех видов шрифтов, не использовать иллюстрации большого размера, соблюдать сочетание цветов.

Коммерческое предложение, собственноручно подписанное руководителем подразделения, придаст ему вид официального предложения, а не массовой рассылки рекламных писем.

Необходимо сделать так, чтобы на коммерческое предложение было легко ответить. Всегда необходимо предлагать несколько вариантов ответа: телефон, факс, электронная почта и указывать конкретных исполнителей.

**Тестирование.** Любое составленное коммерческое предложение должно быть тщательно протестировано. В первую очередь просматривается лексика письма, которое должно быть легким для восприятия, корректным; проверяется влияние присутствия в предложении фотографий, рисунков и графиков на его эффективность.

**Задания 68-69** Составьте проект договора поставки, используя данные условия ситуации. Недостающие реквизиты договора укажите самостоятельно. При рассмотрении ситуаций используйте Положение о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями) и примерную форму договора поставки.

*Примерный договор поставки*

|  |
| --- |
| *Договор поставки № \_\_\_*  *город \_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ г.*  *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем “ПОСТАВЩИК”, в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_с одной стороны, и \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем “ПОКУПАТЕЛЬ”, в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем :*  *1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА*  *1.1 “Поставщик” обязуется поставить, а “Покупатель” оплатить и принять: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *1.2.Цель приобретения продукции "Покупателем":\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *2. БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ*  *2.1 Поставка продукции по количеству, номенклатуре и срокам производится согласно настоящего договора, спецификации или дополнительного соглашения сторон.*  *2.2. Переход рисков на продукцию происходит в момент: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *2.3 Отгрузка продукции производится \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_транспортом*  *минимальная норма отгрузки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *2.4. Отгрузка продукции осуществляется в течение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ календарных дней с момента \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Датой отгрузки продукции считается день ее передачи грузоперевозчику.*  *3. ЦЕНЫ, ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ, ОБЩАЯ СУММА ДОГОВОРА*  *3.1 Расчет за поставляемую продукцию производится \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *3.2 Поставляемая по настоящему договору продукция оплачивается\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *3.3 Срок оплаты: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *4. КАЧЕСТВО И КОМПЛЕКТНОСТЬ ПРОДУКЦИИ*  *4.1 Поставляемая “Поставщиком” продукция по качеству и комплектности должна соответствовать \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *4.2 Гарантийный срок \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *5. ФОРС-МАЖОР*  *5.1. Стороны освобождаются от ответственности за полное или частичное невыполнение обязательств по настоящему договору, если оно явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, а именно: стихийных бедствий, военных действий, изменения законодательства и т.д., если такие обстоятельства непосредственно влияют на исполнение условий договора. Сторона, для которой возникли обстоятельства непреодолимой силы, должна незамедлительно информировать другую сторону соответствующим документом, подтвержденным торгово-промышленной палатой. В этом случае выполнение обязательств временно приостанавливается и возобновляется после прекращения действия обстоятельств непреодолимой силы.*  *6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН, РЕШЕНИЕ СПОРОВ*  *6.1 Стороны несут ответственность за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательств в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь, Положением о поставках товаров в Республике Беларусь, утв. постановлением КМ РБ от 08.07.96 г. № 444.*  *6.2. «Покупатель» по настоящему договору несет следующую ответственность:*  *за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ пеня в размере \_\_\_\_\_\_% от суммы \_\_\_*  *6.3. «Поставщик» по настоящему договору несет следующую ответственность:*  *за \_\_\_\_\_\_\_\_\_штраф в размере \_\_\_\_% от стоимости \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*  *за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_штраф в размере \_\_\_\_% от стоимости*  *6.4. Споры по настоящему контракту рассматриваются в органах хозяйственного суда по месту нахождения ответчика. Решение хозяйственного суда является обязательным для исполнения.*  *7. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА*  *7.1 Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует до “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ г.*  *7.2 Изменения и дополнения к настоящему договору оформляются в письменном виде дополнительным соглашением сторон.*  *8. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА СТОРОН*  *ПОСТАВЩИК ПОКУПАТЕЛЬ* |

**Задания 70-71** Основой для решения ситуации может служить применение Положение о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями)

*ИЛИ*

учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.156 - 161

**Задания 72-73** Рассматриваются с применением Положения о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями) и предлагается решение типовой ситуации

*ИЛИ*

учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.156 - 161

**Например**

**Ситуация.** *ОАО «Брестский чулочный комбинат» поставил на ЧУП «Гомельская универсальная база» партию чулочно-носочных изделий на сумму 25 000 000руб. При приемке товаров по качеству был выявлен брак на сумму 2 200 000руб.*

*1. Укажите какую имущественную ответственность несет поставщик в данном случае?*

*2. Рассчитайте сумму штрафных санкций, если:*

* *имущественная ответственность за поставку товаров ненадлежащего качества (брак)– 25%.*
* *транспортные расходы по возврату брака - 70 000 руб.*

*3. Какой основной нормативно -правовой документ регулирует поставку товаров?*

**Решение**

**1.** Т.к. условие договора было нарушено, Поставщик поставил партию чулочно-носочных изделий на сумму 2200000 руб., то он обязан выплатить Покупателю штраф в размере 25% от суммы поставленного некачественного товара.

**2.** Рассчитываем сумму штрафных санкций

А) определяем сумму штрафа за поставку некачественного товара:

2200000 \*25 % : 100%= 550000 руб.

Б) определяем сумму претензии Поставщику:

550000 + 700000 = 620000 руб.

**3.** Основным нормативно - правовым документом, регулирующим поставку товаров, является Положение о поставках товаров в республике Беларусь №444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357).

**Задания 74-75** Рассматриваются с применением Положения о поставках товаров в республике Беларусь № 444 от 08.07.1996г. утвержденное Кабинетом министров Республике Беларусь (в ред. от 11.10.2011 № 1357 с дополнениями и изменениями) и предлагается решение типовой ситуации

*ИЛИ*

учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.156 - 161

**Например**

**Ситуация.** *По условию договора №3 от 05.12.2015г. поставщик - ОАО «Крупяной дом» в течение года должен отгрузить покупателю - ЧУП «Калинковичская межрайбаза» 60 тонн муки, 48 тонны крупы гречневой и 12 тонн крупы ячневой. Поставка осуществляется равными партиями ежемесячно. В январе текущего года поставщик отгрузил 4 тонны муки, 4 тонны крупы гречневой, 1 тонну перловой и 1 тонну риса шлифованного.*

*1. Укажите какие условия договора нарушил поставщик – ОАО «Крупяной дом» по договору.*

*2. Укажите права и обязанности сторон.*

*3. Какие штрафные санкции могут быть применены в данном случае к Поставщику.*

**Решение**

**1.** Поставщик нарушил условия договора и допустил в январе недопоставку муки в количестве 1тонны (отгружено 4т, а по условию договора необходимо было 5 тонн поставить), допустил непоставку 1 тонны крупы ячневой, поставил ассортимент бакалейных товаров, который не был заказан – 1 тонна перловой крупы и 1 тонна риса шлифованного.

**2.** Поставщик обязан в феврале месяце восполнить недопоставку 1 тонны муки, 1 тонны группы ячневой. Покупатель имеет право отказаться от ассортимента бакалейных товаров, которые были поставлены не по заявке (1 тонна крупы перловой и 1 тонны риса шлифованного) или взять товар на реализацию и оплату производить по мере реализации данного ассортимента.

**3.** К «Поставщику» могут быть применены следующие штрафные санкции-

- за недопоставку 1 тонны муки 10% от суммы недопоставленного товара,

- за непоставку 1 тонны крупы ячневой 10% от суммы непоставленного товара,

- за поставку с нарушением ассортимента 10% от суммы поставленного товара.

**Задания 76-79** Составить Составьте спецификацию к договору на поставку продукции, используя форму, приведенную ниже, и предлагается решение типовой ситуации.

***Спецификация***

к договору №\_\_\_\_ от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ между \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед.изм. | ГОСТ | Всего за год | в т. ч. по кварталам | | | | |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Поставщик Покупатель

**Например**

**Ситуация.** *Между СП «Отико» г. Минск (поставщик) и ЧУП «Гродненская универсальная база» (покупатель) заключен договор поставки №155 от 12.12.2011 на поставку обуви в 2012 году в количестве 1400 пар следующего ассортимента:*

* *Туфли женские демисезонные 500 пар;*
* *Полусапожки женские утепленные 400 пар;*
* *Сапожки женские на меховой подкладке 300 пар;*
* *Туфли женские модельные 200 пар.*

1. *Составьте спецификацию на поставку обуви, согласованную между сторонами.*
2. *Раскройте значение спецификации при выполнении условий договора.*
3. *Укажите что необходимо учитывать товароведу при распределении количества поставляемого товара по кварталам.*

**Решение**

**1.** Составляем спецификацию на поставку обуви.

**Спецификация**

к договору поставки № 138 от 01.11.11 г.

между **СП «Отико» г. Минск** и **ЧУП «Гродненская универсальная база»** в 20\_\_году

на поставку обуви

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование товара | Ед.  изм. | Всего  за год | В т.ч. по кварталам | | | |
| I | II | III | IV |
| 1. | Туфли женские демисезонные | пар | 500 | 50 | 200 | 200 | 50 |
| 2. | Полусапожки женские утепленные | пар | 400 | 150 | - | 150 | - |
| 3. | Сапожки женские на меховой подкладке | пар | 300 | 150 | - | - | 150 |
| 4. | Туфли женские модельные | пар | 200 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ИТОГО | | пар | 1400 | 400 | 250 | 40 | 250 |

ПОСТАВЩИК ПОКУПАТЕЛЬ

**СП «Отико» г. Минск** **ЧУП «Гродненская универ. база»**

м.п. м.п

**2.** При выполнении условий договора спецификация имеет большое значение, так как в ней предусмотрены ассортимент, количество, период поставляемой продукции.

**3.** При распределении количества поставляемого товара товароведу необходимо учитывать следующие факторы: изменение моды и покупательского спроса, смена сезона.

**Задания 80-83** Составить Протокол разногласий, где в редакции Покупателя указать целесообразную формулировку разделов договора. Типовая форма приведена ниже и предлагается решение типовой ситуации.

***Протокол разногласий***

к договору №\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ между\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Редакция Поставщика | Редакция Покупателя | Примечание |
|  |  |  |

Поставщик Покупатель

**Например:**

**Ситуация.** *ОАО «Красный пищевик» (г. Бобруйск) – поставщик предложил заключить договор поставки №215 от 15.12.2011г на кондитерские изделия на 2012год ЧУП «Гомельская универсальная база» (покупатель).*

*Выписка из раздела договора «Сроки и порядок поставки»:*

1. *Поставка кондитерских изделий осуществляется автомобильным или железнодорожным транспортом.*
2. *Очередная партия товаров доставляется покупателю при отсутствии задолженности по оплате по предыдущим поставкам.*
3. *Досрочная поставка товаров осуществляется без согласия «Покупателя».*

*Составьте протокол разногласий с точки зрения позиций, выгодных для Гомельского райпо (покупателя). Укажите какие последствия могут возникнуть, если поставщик – ОАО «Красный пищевик» (г. Бобруйск) не подпишет протокол разногласий, составленный покупателем.*

**Решение**

**1.** Составляем протокол разногласий.

**Протокол разногласий**

к договору № 215 от 15.12.2020 г.

между **ОАО «Красный пищевик»** (поставщик) и **ЧУП «Гомельская универсальная база»** (покупатель) на поставку кондитерских изделий

|  |  |
| --- | --- |
| Редакция «Поставщика» | Редакция «Покупателя» |
| п. 4.1. Смотрите по тексту. | п. 4.1. Поставка кондитерских изделий осуществляется  автомобильным транспортом «Поставщика», согласно  подписанной сторонами спецификации. |
| п. 4.2. Смотрите по тексту. | п. 4.3. Исключить из проекта договора. |
| п. 4.4 Смотрите по тексту. | п. 4.4. Досрочная поставка товаров осуществляется с согласия «Покупателя». |
|  | п. За поставку некачественного товара «Поставщик» выплачивает «Покупателю» штраф в размере 25% от стоимости поставленного некачественного товара. |

ПОСТАВЩИК ПОКУПАТЕЛЬ

м.п. м.п.

**2.** Если «Поставщик» не подпишет протокол разногласий, составленный покупателем, то «Покупатель» не заключит договор на условиях, предложенных поставщиком и будет заниматься поиском другого поставщика.

**Задания 87-88** Основой для решения ситуации может служить учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.221 - 231

**Задания 89 - 90**решаются с помощью формулы, приведенной ниже и предлагается решение типовой задачи.

**Коэффициент полноты ассортимента** рассчитывается по формуле

**Кп = Рф ,**

**Рн**

где Рф - фактическое количество разновидностей товаров в момент проверки

Рн – количество разновидностей по ассортиментному перечню

Числовое значение коэффициент полноты обязательного ассортимента товаров в торговом объекте находится в пределах от 0 до 1. Чем ближе данный показатель к единице, тем выше уровень формирования ассортимента товаров в торговом объекте и тем полнее ассортимент.

**Задания 90 - 91**решаются с помощью формулы, приведенной ниже и предлагается решение типовой задачи.

**Коэффициент стабильности (устойчивости) ассортимента** рассчитывается по следующей формуле:

**Нф 1 + Нф 2 +…+ Нф п**

**К стаб.** = -------------------------

**Нн х п**

где Кстпб– коэффициент стабильности (устойчивости) ассортимента товаров в торговом объекте;

Нф – фактическое количество разновидностей товаров по ассортиментному перечню;

Нн – нормативное количество разновидностей товаров по ассортиментному перечню;

п – количество проверок торгового объекта.

Числовое значение коэффициента стабильности (устойчивости) обязательного ассортимента товаров в торговом объекте находится в пределах от 0 до 1. Чем ближе данный показатель к единице, тем выше уровень формирования ассортимента товаров в торговом объекте и тем стабильнее (устойчивее) ассортимент.

**Задания 92-93** решаются по методике, приведенной ниже и предлагается решение типовой задачи

**Например:**

**Ситуация.** *В Супермаркете на 01 ноября текущего года имелись товарные запасы кофе в ассортименте на 2600 рублей. Среднедневная реализация кофе - 100 руб. Частота завоза товаров в магазин - 1 раз в 17 дней.*

*1. Какие факторы учитываются при составлении заявки на завоз товаров в магазин?*

*2. Укажите, следует ли включать кофе в ближайшую заявку, свои выводы обоснуйте.*

*3. Какие последствия могут быть, если при составлении заявки неверно рассчитано необходимое к завозу количество товара?*

**Ответ:**

1. При составлении заявки на завоз товаров в магазин надо учитывать: спрос населения, однодневную продажу, товарные запасы, размер неснижаемых товарных запасов, частоту завоза, праздники, сезонность потребления.
2. Определяем товарные запасы в днях 2600руб/ 100 руб. = 26 дней. В следующую заявку кофе включать не надо, т.к. остатков хватит на 26 дней торговли.
3. Если заказано кофе больше, чем необходимо, то это приведет к образованию сверхнормативных товарных запасов, к замедлению товарооборачиваемости, к увеличению расходов связанных с хранением и продажей товара (скидки, акции). Если заказано кофе меньше, чем необходимо, то это приведет к неудовлетворению спроса покупателей, к потери части покупателей, к потери части товарооборота, а следовательно и части прибыли.

**Задания 92-93** Основой для решения ситуации может служить учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.245 - 253

**Задания 94-95** Основой для решения ситуации может служить учебное пособие Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- с.141 - 142

**Задания 96-97** **решаются с помощью формулы, приведенной ниже** **и предлагается решение типовой задачи.**

Рассчитывают по формуле **Р=ТЗ н+ П-ТЗ к, где**

Р - реализация

ТЗн – товарные запасы на начало

П - поступление

ТЗк – товарные запасы на конец.

На основании полученных результатов делаются выводы и вносятся предложения.

**Задания 98-99** рассматриваются с применением Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания: Постановление / утв. Советом Министров Республики Беларусь от 22.07.2014 № 703 (с дополнениями и изменениями)

**Например:**

**Ситуация.** По решению руководителя торговой организации магазин закрывается на ре-монт. Каковы должны быть действия продавца? Ответ обоснуйте.

**Ответ:**

Согласно Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания Глава 1, пункт 4 в случае приостановления своей деятельности (для проведения ре-монта, плановых санитарных дней и в других случаях) продавец должен своевременно предоставить покупателю информацию об этом. О закрытии торгового объекта на ремонт покупатели не позднее, чем за пять дней до его закрытия, извещаются специальным объявлением.

**Задания 100-101** рассматриваются с применением Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 09.01.2002 № 90-3 (с дополнениями и изменениями)

**Например:**

**Ситуация .** В магазин обратился покупатель с просьбой обменять кухонный гарнитур, так как не соответствует цветовая гамма. При этом он предоставил чек, который удостоверил, что товар был приобретен 3 дня назад. Опишите действия продавца. Ответ обоснуйте.

**Ответ:**

Продавец должен отказать покупателю и в вежливой форме объяснить , что согласно Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» (Глава 3 «Защита прав потреби-теля при реализации ему товара», Статья 28. Право потребителя на обмен и возврат товара надлежащего качества, пункт 3) мебель включена в Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену и возврату.

|  |
| --- |
| **Критерии оценки**  **домашней контрольной работы**  **для заочного отделения**  Отметка ***«не зачтено»*** ставится, если:   1. вариант не соответствует шифру учащегося; 2. изложение теоретических вопросов носит фрагментарный характер, а в решении практических (ого) заданий (ия) имеются существенные ошибки; 3. выполнено менее 50% домашней контрольной работы.   **К существенным ошибкам при выполнении практического (ких) задания относятся следующие недостатки:**  - нет выводов,  - не даны ответы на вопросы задачи (ситуации);  - нет обоснования ответа;  - неверно применены формулы;  - отсутствует последовательность выполнения действий.  Во всех остальных случаях ставится отметка ***«зачтено»*** |