

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, МАРКЕТИНГА, ИНВЕСТИЦИЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению практических работ по дисциплине

«ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ»

для студентов специальности

1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

дневной и заочной форм обучения

Часть 1

Брест 2014

УДК 339.14/.15(08)

Методические указания содержат рекомендации и задания для выполнения лабораторных работ по курсу «Экономика торговли» для студентов специальности 1- 25 01 10 «Коммерческая деятельность».

Издаётся в 3-х частях. Часть 1.

Составители: Бережная Г.Г., старший преподаватель
Борищук Е.С., старший преподаватель
Григорьева Н.В., ассистент

Рецензент: Гулевич В.А., директор КВП «Опторгснаб».

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика торговли – это наука, изучающая и раскрывающая реально-экономический и административно-хозяйственный механизм процесса распределения необходимых людям материально-вещественных благ, создаваемых в сфере производственной деятельности. Изучение дисциплины закладывает целый комплекс экономических знаний, в целом необходимых каждому экономисту независимо от его специальности и места работы.

Целью курса «Экономика торговли» является изучение:

- основных тенденций развития торговли;
- видов организационно-правовых форм торговых предприятий;
- форм кооперации в торговле;
- особенностей осуществления сбытовой и снабженческой деятельности торговых предприятий;
- законодательных актов, регулирующих деятельность на всех стадиях экономического цикла жизнедеятельности субъекта хозяйствования.

Задачи курса:

- овладение современной экономической терминологией;
- овладение инструментарием, позволяющим оценить эффективность деятельности предприятия торговли;
- изучение методов и средств достижения успеха в рыночной экономике;
- изучение организации экономической и коммерческой работы в Республике Беларусь.

2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

1. Разгосударствление экономики и приватизация организаций торговли (2 часа).
2. Организационно-правовые формы предприятий торговли (2 часа).
3. Изучение хозяйственных связей в торговле (4 часа).
4. Применение законов о защите прав потребителей (2 часа).
5. Основы бизнес-планирования в торговле (6 часов).
6. Доля и ёмкость рынка (2 часа).
7. Экономические основы формирования оборота товаров народного потребления (4 часа).
8. Изучение платежеспособного спроса населения в предприятиях розничной торговли (4 часа).
9. Товарные ресурсы (2 часа).
10. Закупочная деятельность предприятий торговли (2 часа).
11. Формирование ассортимента товаров в предприятиях торговли (4 часа).

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1

Разгосударствление экономики и приватизация организаций торговли

Цель работы: изучить сущность и особенности разгосударствления и приватизации в РБ, получить навыки определения стоимости приватизируемого имущества различными методами.

Содержание работы

Таблица 1.1 – Методика расчета основных показателей

Показатели 1	Методика расчета 2	Условные обозначения 3
1. Оценочная стоимость приватизируемого имущества поимущественному методу (ОЦи)	$OЦи = ЧА - А - СИпп - Писк$	ЧА – чистые активы предприятия (без имущества, не подлежащего приватизации); А – активы предприятия с учетом переоценки; СИпп – стоимость имущества, не подлежащего приватизации; Писк – пассивы, исключаемые при определении оценочной стоимости, млн. руб.
2. Оценочная стоимость имущества по методу капитализации дохода (ОЦкд)	$OЦкд = \frac{ЧД \times (1+i)}{d-i}$	ЧД – чистый доход последнего года прогнозного периода, млн. руб.; i – ожидаемые долгосрочные темпы прироста чистого дохода, долей единицы; d – ставка дисконта, долей единицы
3. Оценочная стоимость приватизируемого имущества по методу дисконтирования будущих доходов (ОЦд)	$OЦд = \sum \left(\frac{БЧД_i}{(1+d_i)^i} \right) + \dots + \left(\frac{ОС}{(1+d_n)^{n+1}} \right)$	БЧД _i – будущие чистые доходы i-го года прогнозного периода, млн. руб.; ОС – остаточная стоимость, млн. руб.; d _i , d _n – ставка дисконта i-го года и последнего года прогнозного периода, соответственно, долей единицы; n – продолжительность прогнозного периода, лет.
4. Будущий годовой чистый доход (БЧД _i)	$БЧД_i = ЧП_i + А_i - \Delta СОК_i - КВ_i$	ЧП _i – чистая прибыль i-го года прогнозного периода, млн. руб.; А _i – амортизационные отчисления i-го года, млн. руб.; ΔСОК _i – прирост собственного оборотного капитала в i-том году прогнозного периода, млн. руб.; КВ _i – капитальные вложения i-го года прогнозного периода, млн. руб.

Задача 1

В соответствии с прогнозом на 5-й год после приватизации (последний год прогнозного периода) ожидаемая чистая прибыль – 490 млн.р., годовые амортизационные отчисления – 255 млн.р. При этом прирост собственного оборотного капитала планируется

использовать 190 млн.р. Капитальные вложения – 390 млн.р. Ожидаемые долгосрочные темпы его роста составляют 5%, ставка дисконта – 15%. Определить будущий чистый доход в последний год прогнозного периода и остаточную стоимость.

Задача 2

На основании данных, представленных в таблице 1.2, определить стоимость организации имуществом методом.

Таблица 1.2 – Исходные данные, млн.р.

Показатель	Значение показателя
1	2
Основные средства	9000
Долгосрочные финансовые вложения	2000
Расчеты и прочие пассивы	500
Незавершенные капитальные вложения	1000
Долгосрочные финансовые обязательства	3000
Нематериальные активы	2000
Резервы по сомнительным долгам	500
Текущие активы	8000
Мобилизационные мощности	2000
Заблокированные средства в иностранной валюте	1000

Задача 3

Определить стоимость организации методом дисконтирования будущих доходов на основании данных таблицы 1.3.

Таблица 1.3 – Исходные данные, млн.р.

Показатель	Год прогнозного периода				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1	2	3	4	5	6
Чистая прибыль, млн.р.	600	700	800	900	1000
Амортизационные отчисления, млн.р.	100	110	120	130	140
Прирост собственных оборотных средств, млн.р.	200	100	200	100	250
Капитальные вложения, млн.р.	300	300	400	500	600
Банковская ставка по депозиту, %	10	9	8	7	6

Задача 4

Определить оценочную стоимость организации методом аналога, используя все возможные мультипликаторы, если организация – аналог А – продана по цене 180 млн.р. Балансы организации аналога А и оцениваемого Б приведены в таблицах 1.4, 1.5.

Таблица 1.4 – Балансы организаций А и Б

Актив, млн.р.	Организация		Пассив, млн.р.	Организация	
	А	Б		А	Б
1	2	3	4	5	6
Внеоборотные активы	120	140	Собственный капитал	100	150
Оборотные активы	80	120	Долгосрочные обязательства	50	50
			Краткосрочные обязательства	50	60
Итого	200	260	Итого	200	260

Таблица 1.5 -- Чистая прибыль и амортизационные отчисления по организациям

Денежный поток, млн. р.	Организация	
	А	Б
1	2	3
Чистая прибыль	50	60
Амортизационные отчисления	20	30

Вопросы для самоконтроля

1. Какова сущность разгосударствления экономики?
2. Охарактеризуйте основные направления разгосударствления собственности.
3. Перечислите формы разгосударствления организаций.
4. Назовите способы приватизации.
5. Что собой представляет перечень финансовых источников приватизации?
6. Кто является субъектами приватизации?
7. Перечислите объекты приватизации.
8. Какие этапы проходит организация при преобразовании ее в акционерное общество?
9. Какие факторы оказывают влияние на оценочную стоимость объекта?
10. Что входит в состав единого имущественного комплекса?
11. Назовите основополагающие принципы оценки стоимости организации с учетом ее доходности.
12. Какие методы оценки стоимости организации базируются на доходном подходе?
13. Чем отличается метод оценки стоимости организации, базирующийся на затратном подходе, от метода оценки стоимости организации, базирующегося на рыночном подходе?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №2

Организационно-правовые формы предприятий торговли

Цель работы: изучить виды организационно-правовых форм предприятий, их отличительные признаки, получить навыки обоснования выбора организационно-правовой формы предприятия.

Содержание работы

Задание 1

В предлагаемом перечне выделите те черты, которые характерны для:

- а) малой коммерческой организации;
- б) крупной коммерческой организации.

По управлению:

- 1) собственник – предприниматель;
- 2) наличие менеджера;
- 3) решения принимаются коллективно;
- 4) неглубокие знания по управлению;
- 5) персональное разделение труда;
- 6) концентрация функции управления.

По организации производства:

- а) возможность создания многих структурных подразделений;
- б) многоуровневая структура управления;
- в) ограниченная сфера делегирования полномочий;
- г) низкое разделение труда;
- д) использование преимущественно универсального оборудования;
- е) источником финансирования являются владельцы;
- ж) число занятых на предприятии свыше 100 человек;
- з) короткий путь информации.

Задание 2

По характерным признакам в ситуациях 1-4 определите организационно-правовую форму предпринимательской деятельности.

Ситуация 1. Коммерческая организация имеет следующие особенности:

- Вступление участников на добровольной основе.
- Члены коллектива не отвечают по долгам друг друга.
- Члены коллектива несут солидарную ответственность по долгам организации.
- Доход распределяется между участниками на доли в соответствии с соглашением.

Ситуация 2. Коммерческая организация имеет следующие особенности:

- Уставный капитал разделен на определенное число акций.
- Участники организации могут терпеть убытки только в пределах стоимости принадлежащих им частей.

• Организации запрещается преобразовывать в другие формы обществ.

Ситуация 3. Коммерческая организация имеет следующие особенности:

- Право владения долями уставного фонда подтверждено специальным свидетельством.
- Каждый участник имеет право уступить свою долю другому участнику или третьему лицу.

- Выход участника возможен после решения собрания.
- Управление организацией осуществляют собрание участников либо дирекция.
- Участники несут риск убытков в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Ситуация 4. Коммерческая организация имеет следующие особенности:

- Собственниками организации являются только его работники.
- Все доходы организации поступают в распоряжение трудового коллектива и являются его собственностью.
- Каждый работник имеет персональный пай (лицевой счет), размер которого зависит от первоначального вклада, а также количества и качества труда работника.
- Высший орган управления – общее собрание его членов.

Задание 3

Выделите достоинства и недостатки единоличного владения (индивидуального предпринимателя), ОАО и хозяйственного товарищества и занесите их в таблицу 2.1.

Таблица 2.1 – Достоинства и недостатки организационно-правовых форм предпринимательства

Организационно-правовая форма	Достоинства	Недостатки
1	2	3
Единоличное владение (индивидуальный предприниматель)		
Хозяйственное товарищество		
Частное унитарное предприятие		
Открытое акционерное общество		

Задание 4

Заполните таблицу 2.2, определив характерные признаки индивидуального предпринимателя, общества с ограниченной ответственностью, закрытого акционерного общества:

Таблица 2.2 – Отличительные признаки предпринимательских структур

Признаки	ООО	Полное товарищество	ЗАО
1	2	3	4
Количество учредителей			
Ответственность учредителей			
Органы управления и их состав			
Минимальный размер уставного фонда			

Вопросы для самоконтроля

1. Почему предприятие является первичным и главным звеном экономики?
2. Перечислите основные признаки классификации предприятий.
3. Назовите особенности создания и отличительные черты: полного, коммандитного товариществ.
4. Охарактеризуйте особенности создания и отличительные черты открытого и закрытого акционерных обществ.
5. Чем отличаются общества с дополнительной и с ограниченной ответственностью?
6. Охарактеризуйте особенности функционирования унитарных предприятий, производственных кооперативов.
7. Как устанавливается минимальная величина уставного фонда предприятий в Республике Беларусь?
8. Назовите критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства.
9. Как образуются совместные предприятия? Опишите механизм управления ими.
10. В чем заключается сущность государственной регистрации?
11. Чем ликвидация предприятия отличается от его реорганизации?
12. Охарактеризуйте виды объединений предприятий.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №3

Изучение хозяйственных связей в торговле

Цель работы: получить навыки определения возможности перехода предприятия на прямые хозяйственные связи.

Содержание работы

Одним из важнейших условий совершенствования хозяйственного механизма взаимоотношений торговли с промышленностью в условиях рыночной экономики является установление прямых связей по поставкам товаров (сокращение числа посредников на пути продвижения товаров к потребителю).

Для определения возможности перехода предприятия на прямые хозяйственные связи выполняются следующие расчеты:

1.1 Определяется минимальный товарооборот Q_{\min} , позволяющий закупать товары на основе прямых связей:

$$Q_{\min} = N \times \phi,$$

где N – минимальная норма отгрузки товара;

ϕ – оптимальная частота завоза, раз в год.

1.2 Сопоставляется расчетный Q_{\min} с $Q_{\text{факт}}$, делается вывод о возможности установления прямых хозяйственных связей.

Для оценки эффективности перехода предприятия на прямые хозяйственные связи производятся следующие расчеты:

2.1 Исчисляется эффективность прямого согласования поставляемых товаров:

$$Пд = (O_2 - O_1) \times \frac{(Y_d - Y_n)}{100},$$

где $Пд$ – дополнительная прибыль, руб.;

O_1 – розничный товарооборот за год до перехода на прямые хозяйственные связи, руб.;

O_2 – розничный товарооборот через год после перехода на прямые хозяйственные связи, руб.;

Y_d – уровень доходов, %;

Y_n – уровень издержек обращения, %.

2.2 Определяется экономия издержек обращения:

$$Э_p = (T_{об1} - T_{об2}) \times TO_{одн} \times \frac{P_б}{100},$$

где $Э_p$ – экономия от снижения расходов по статье «Процент за кредит» за год;

$T_{об1}$ – товарооборачиваемость до перехода на прямые хозяйственные связи, руб.;

$T_{об2}$ – товарооборачиваемость после перехода на прямые хозяйственные связи, руб.;

$TO_{одн}$ – однодневный товарооборот после перехода на прямые хозяйственные связи, руб.;

$P_б$ – размер годовой ставки за кредит, %.

2.3 Вычисляется эффективность прямого согласования качественных показателей:

$$\mathcal{E}_c = \frac{(Y_{p1} - Y_{p2})}{100} \times TO_p,$$

где \mathcal{E}_c – экономия от снижения расходов по описанию скрытого брака и уценка товаров за год, р.

Y_{p1} – уровень расходов по описанию брака до перехода на прямые хозяйственные связи, %;

Y_{p2} – уровень расходов по описанию брака товаров после перехода, %;

O – розничный товароборот после перехода на прямые хозяйственные связи, руб.

Задача 1

Годовой товароборот универмага «Беларусь» по трикотажным изделиям ОАО «Купалинка» (г. Солигорск) составил 40 млрд.руб. Перед коммерческой службой универмага поставлена задача установить прямые хозяйственные связи с ОАО «Купалинка» в предстоящем закупочном году.

Определить возможность перехода универмага «Беларусь» на прямые хозяйственные связи с изготовителем, используя данные таблицы 3.1.

Таблица 3.1 – Минимальные нормы отгрузки и частота завоза товаров в универсам «Беларусь»

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Минимальная норма отгрузки, млн.р.	3,2	1,5	4,5
Частота завоза товаров в универсам, раз в месяц	1	2	1

Задача 2

Годовой товароборот универмага «Рига» по кондитерским изделиям ОАО «Спартак» (г. Гомель) составил 27 млрд.руб. Перед коммерческим отделом универмага поставлена задача установить прямые хозяйственные связи с ОАО «Спартак» в предстоящем закупочном году.

Определить возможности перехода универмага «Рига» на прямые хозяйственные связи с изготовителем, используя данные таблицы 3.2.

Таблица 3.2 – Минимальные нормы отгрузки и частота завоза товаров в универсам «Рига»

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Минимальная норма отгрузки, млрд.руб.	1,1	2,0	1,5
Частота завоза товаров в универсам, раз в месяц	2	1	2

Задача 3

Переход торгового предприятия «Кирмаш» на прямые хозяйственные связи с СП «Белвест» привел к росту товарооборота на 17%. Увеличить годовой объем розничного товарооборота и лучше удовлетворять покупательский спрос позволило прямое согласование развернутого ассортимента поставляемой обуви.

Рассчитать экономический эффект прямого согласования, используя данные таблицы 3.3.

Таблица 3.3 – Показатели торгово-экономической деятельности магазина «Кирмаш».

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Годовой товарооборот до перехода на прямые хозяйственные связи, млрд.руб.	120	96	108
Торговая надбавка к отпусковой цене предприятия-изготовителя, %	15	20	15
Уровень издержек обращения торгового предприятия, %	12,6	13,8	12,1

Задача 4

Переход универсама на прямые хозяйственные связи с Красненским консервным заводом привел к росту товарооборота на 26%. Увеличить годовой объем розничного товарооборота и лучше удовлетворять покупательский спрос позволило прямое согласование развернутого ассортимента поставляемой продукции.

Рассчитать экономический эффект прямого согласования, используя данные таблицы 3.4.

Таблица 3.4 – Показатели торгово-хозяйственной деятельности универсама

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Годовой товарооборот до перехода на прямые хозяйственные связи, млрд.р.	23	30	35
Торговая надбавка к отпусковой цене предприятия-изготовителя, %	20	20	18
Уровень издержек обращения универсама, %	13,1	12,8	11,3

Задача 5

Экономический эффект перехода универсама «Брест» на прямые хозяйственные связи с отечественными производителями бытовых электротоваров выразился в экономии издержек обращения по статье «Проценты за кредит» за счет ускорения товарооборачиваемости.

Определить размер экономии издержек обращения, используя данные таблицы 3.5.

Таблица 3.5 – Показатели торгово-хозяйственной деятельности универсама «Брест»

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Товарооборачиваемость до перехода на прямые хозяйственные связи, дни	25	15	25
Товарооборачиваемость после перехода на прямые хозяйственные связи, дни	20	10	20
Однодневный товароборот после перехода на прямые хозяйственные связи, млн.р.	280	360	440

Ставка банковского кредита – 80% годовых.

Задача 6

Экономический эффект перехода универсама на прямые хозяйственные связи с отечественными производителями макаронных изделий выразился в экономии издержек обращения по статье «Проценты за кредит» за счет ускорения товарооборачиваемости.

Определить размер экономии издержек обращения, используя данные таблицы 3.6.

Таблица 3.6 – Показатели торгово-хозяйственной деятельности универсама

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Товарооборачиваемость до перехода на прямые хозяйственные связи, дни	15	20	15
Товарооборачиваемость после перехода на прямые хозяйственные связи, дни	10	10	10
Однодневный товароборот после перехода на прямые хозяйственные связи, млн.р.	25	32	28

Ставка банковского кредита – 54% годовых.

Задача 7

В результате перехода торгового предприятия на прямые хозяйственные связи с производителями произошло снижение расходов по описанию скрытого брака и уценка товаров. Этому способствовало прямое согласование качественных характеристик поставляемых товаров.

Рассчитать экономический эффект прямого согласования, используя данные таблицы 3.7.

Таблица 3.7 – Показатели торгово-хозяйственной деятельности торгового предприятия

Показатель	Вариант		
	I	II	III
1	2	3	4
Уровень расходов по описанию брака до перехода на прямые хозяйственные связи, %	2,2	1,7	1,3
Расходы по описанию брака после перехода на прямые хозяйственные связи, млн.р.	0,4	0,3	0,3
Розничный товароборот после перехода на прямые хозяйственные связи, млн.р.	28	34	45

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятию «поставщик».
2. Перечислите возможные варианты поиска поставщиков.
3. Какие критерии определяют основного поставщика?
4. Опишите процесс определения возможности перехода предприятия на прямые хозяйственные связи.
5. Как определяется эффективность перехода предприятия на прямые хозяйственные связи?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 4

Применение законов о защите прав потребителей

Цель работы: изучить механизм применения законов о защите прав потребителей, а так же приобрести навыки написания претензий.

Содержание работы

Покупатель, приобретая те или иные товары, уверен, что они соответствуют его потребностям и имеющаяся информация об этих товарах достоверная. Однако в реальной жизни не всегда получается так. Приобретая товар, покупатель позже убеждается, что он является подделкой недобросовестных предпринимателей или бракованным. Таким образом, каждый из нас не застрахован от обмана, от вероятности приобретения некачественных товаров. А это является нарушением **законных прав потребителей**. Их защита предусмотрена в ряде стран законодательством и обеспечивается различными общественными организациями, в частности различными обществами защиты прав потребителей.

Защита прав потребителей – гарантированный Конституцией контроль за качеством и безопасностью продукции и всех видов услуг и работ со стороны государства и иногда с привлечением общественных движений в его поддержку.

В настоящее время в мировой практике основными правами потребителей считаются следующие:

1) право выбирать товар для удовлетворения своих основных потребностей в условиях достаточного разнообразия предложений по конкурентным ценам и при ограничении какого-либо монопольного воздействия на потребителя;

2) право на безопасность товаров и их функционирование в точном соответствии с предложением продавца (производителя);

3) право на информированность о наиболее важных свойствах товаров, способах продажи, гарантиях и т.п., помогающее потребителю сделать разумный выбор или принять обоснованное решение;

4) право на защиту от недоброкачественных товаров и возмещение ущерба, связанного с их использованием;

5) право быть выслушанным и получить поддержку при защите своих интересов от государственных и общественных органов;

6) право на получение потребительского просвещения, приобретение всесторонних знаний и навыков, облегчающих потребителю принятие решения;

7) право на здоровую окружающую среду, не представляющую угрозы достойной и здоровой жизни нынешнего и грядущих поколений.

Организованное движение потребителей за расширение и защиту своих прав и обеспечение более сильного воздействия потребителей на товаропроизводителей и продавцов возникло в середине 60-х годов. Оно получило название **консюмеризм** и пришло на смену другому ранее используемому понятию «суверенитет потребителя».

Важнейшим постулатом консюмеризма является то, что в процессе экономической деятельности права потребителей **абсолютны, неприкосновенны, не могут быть переуступлены**.

Консюмеризм как общественное движение составляют три основные группы:

- группы, ориентированные на потребителей, озабоченные преимущественно ростом потребительского сознания и предоставляющие потребителям информацию для более обоснованного выбора. (Это союзы и конфедерации потребителей типа Гринпис и др.);
- государство, действующее посредством законодательства и регулирования;
- бизнес, действующий посредством конкуренции и саморегулирования в интересах потребителей.

Существуют различные способы защиты потребителей. В систематизированном виде они представлены в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Способы защиты потребителей

Предупреждение	Способы возмещения ущерба	Наказание
1	2	3
Кодексы поведения. Требования по предоставлению информации. Подтверждение рекламных заявлений.	Публикации подтверждений. Корректировка рекламы. Денежное возмещение. Ограничение на контракты. Арбитраж.	Штрафы и заключение под стражу. Изъятие полученной прибыли. Возбуждение судебных исков.

Чтобы преодолеть трудности, связанные с установлением контактов с потребителями, необходимо осуществить некоторые важные мероприятия:

- 1) *ориентацию деятельности фирмы на потребителя;*
- 2) *гибкую организацию деятельности фирмы;*
- 3) *улучшение контактов с потребителями;*
- 4) *информирование и обучение потребителей;*
- 5) *удовлетворение жалоб покупателей.*

Мероприятия в данной области являются составным элементом маркетинговой деятельности фирмы. Это требует наличия средств быстрого и непосредственного реагирования на жалобы и запросы через отдел по работе с потребителями. Должно существовать явное понимание того, что поддержание обратной связи и послепродажной коммуникации с потребителями – этическая необходимость, не говоря уже о том, насколько это способствует усилению приверженности потребителей к определенному товару или фирме.

Однако, на практике, зачастую бывает так, что организации не только не проводят мероприятий по удовлетворению жалоб потребителей, но и пренебрегают их жалобами в устной, а иногда и в письменной форме. В таких случаях не стоит стесняться отстаивать свои права, т.к. такое поведение продавца специально ориентировано на нашу пассивность, на то, что нам будет лень сопротивляться. А на самом деле в большинстве случаев ваша претензия могла бы помочь делу. Так же стоит помнить, что угроза написания жалобы зачастую оказывает куда большее воздействие, нежели сам факт ее написания. Это особенно актуально для различных учреждений или пунктов оказания услуг, где в обязательном порядке присутствует жалобная книга.

При написании претензии (жалобы), в первую очередь, нужно помнить, что, в зависимости от того, как претензия (жалоба) написана, она может производить либо сильный, либо слабый эффект. Плохо написанная претензия(жалоба) может даже, наоборот, навредить.

К жалобе (претензии) нужно прилагать копии документов, подтверждающих правоту, например, чеки и показания свидетелей, заключения экспертов, протоколы, фото- и видеодокументы.

Пример жалобы

Директору ОАО «XYZ»
Сидорову С.С.
гражданина Иванова И.И.
г. Брест, ул. Московская, 107
дом.тел.: 26-17-37

заявление.

Я, Иванов Иван Иванович, сообщаю о факте вопиющего безобразия и циничного отношения ко мне со стороны старшего администратора дежурного магазина №39 г. Примеровска Александровой А. А. и прошу принять соответствующие меры по недопущению подобных ситуаций в будущем.

10 августа я купил куриный полуфабрикат производства ОДО «Курочка», расфасованный сотрудниками дежурного магазина №39 г. Примеровска. Указанная дата фасовки: 10 августа. Однако при вскрытии упаковки выяснилось, что полуфабрикат непригоден к употреблению, поскольку от него исходил запах гнили и был характерный коричневый цвет с отслоениями внутри куска мяса.

На мои требования вернуть деньги за некачественный продукт старший администратор Александрова А.А. с особым цинизмом начала привлекать внимание окружающих покупателей к моим изьянам, отказалась компенсировать мне указанную сумму, нарушая тем самым не только пп.1,6 статьи 12 Закона о защите прав потребителей, но и элементарные этические и нравственные нормы. Подобное отношение дискредитирует руководство магазина в глазах покупателей и неприемлемо.

Прошу принять в отношении Александровой А.А. соответствующие меры во избежание возникновения подобных ситуаций впредь, возместить ущерб и уведомить меня о принятом решении письменно.

Приложение:

- 1) чек от 10.08.2012 на покупку полуфабриката куриного;

- 2) маркировки на упаковке товара;
- 3) бракованный товар.

11.08.2012 г.

Дата написания

И.И. Иванов

(подпись, расшифровка подписи)

Примечание: для сложных технических товаров прилагается заключение специалистов ремонтного или гарантийного предприятия.

Задание 1

Вы приобрели в магазине продукт X (продукт необходимо выбрать в соответствии с вашим вариантом из таблицы 2). В ходе использования данного товара было выявлено, что он не пригоден к дальнейшему использованию. Продавец отказывается признавать, что товар некачественный, и не хочет разбираться в данной ситуации.

Необходимо написать жалобу руководителю организации. В случае бюрократической отписки и волокиты при решении вопроса желательно также знать и инстанцию следующего уровня.

Необходимо определить, куда вы можете обратиться с такой жалобой в вашем городе или районе, какие документы вам при этом понадобятся. Чтобы написать жалобу в данную организацию во всех случаях для технически сложной продукции полезно ознакомиться с нормативными требованиями к ней (инструкция по эксплуатации с перечнем характеристик, ТУ и ГОСТы для данной продукции, требования к упаковке, особенностям транспортировки и перемещения, хранения).

Таблица 4.2 – Распределение вариантов

№ варианта	Товар	№ варианта	Товар	№ варианта	Товар
1	2	3	4	5	6
1	Телевизор	11	Туфли женские	21	Настольная лампа
2	Фен	12	Рюкзак	22	Стиральная машина
3	Утюг	13	Сапоги зимние	23	Диван
4	СВЧ-печь	14	Компьютерный стол	24	Миксер
5	Компьютер	15	Калькулятор	25	Мотоцикл
6	Принтер	16	Холодильник	26	Лак для ногтей
7	Фотоаппарат	17	MP3-плеер	27	Люстра
8	Телефон	18	Наушники	28	Веб-камера
9	Чайник	19	Куртка-пуховик	29	Часы
10	Кроссовки	20	Машина	30	Кожаная куртка

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите основные права потребителей, признаваемые в мировой практике.
2. Что обозначает термин «консюмеризм»?
3. В чем заключаются основные постулаты консюмеризма?
4. Что обозначает понятие «защита прав потребителей»?
5. Перечислите способы защиты прав потребителей.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5

Основы бизнес-планирования в торговле

Цель работы: экономическое обоснование целесообразности предпринимательской идеи.

Содержание работы

Бизнес-план обобщает анализ возможностей для начала или расширения бизнеса в конкретной ситуации и дает четкое представление о том, каким образом менеджмент данной компании намерен использовать этот потенциал.

Основной целью разработки бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности предприятия торговли на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов. Другие цели разработки плана бизнеса могут быть различными, например уяснить степень реальности достижения намеченных результатов.

Бизнес-план инвестиционного проекта разрабатывается для обоснования:

- степени жизнеспособности и устойчивости проекта;
- возможности получения инвестиционных и кредитных ресурсов, а также возврата заемных средств;
- предложений по созданию совместных и иностранных предприятий;
- целесообразности оказания мер государственной поддержки;
- служит ориентиром, как должен развиваться проект.

Бизнес-план:

- 1) заставляет руководителей мыслить перспективно;
- 2) обеспечивает основу для принятия эффективных управленческих решений;
- 3) увеличивает возможности в обеспечении фирмы необходимой информацией;
- 4) способствует снижению рисков предпринимательской деятельности;
- 5) ведет к четкой координации действий всех участников бизнеса;
- 6) позволяет предвидеть ожидаемые перемены, подготовиться к внезапному изменению рыночной обстановки.

Задание 1

Составьте бизнес план предприятия общественного питания (столовая, кафе, закусочная и др.).

Примерная структура бизнес-плана следующая:

- Введение (или резюме): полное название предприятия, место и время регистрации, номер лицензии, местонахождение, статус предприятия и его основное назначение, другие реквизиты.

- Виды производственно-хозяйственной деятельности: отраслевая принадлежность предприятия, особенности производства, характеристика готовой продукции и ее достоинств, преимущества вырабатываемой продукции и др.

- Организационный план: структурная схема управления, численность персонала, среднемесячная заработная плата работников по категориям, денежные доплаты и различные компенсации производственному персоналу, фонд заработной платы на год, до-

казатели производительности труда, фондовооруженность, мероприятия по повышению эффективности управленческого труда и квалификации работников аппарата управления, совершенствование методов хозяйствования и др.

- Производство и реализация продукции: мощность предприятия и показатели ее использования, объемы производства в натуральном и денежном выражениях, номенклатура и ассортимент продукции, товарная и реализованная продукция.

- Материально-техническое снабжение: производственные ресурсы и их разновидности, расчет потребностей в ресурсах, поставщики основного сырья и материалов, организация договорных отношений, способы доставки, потребности и обеспеченность вспомогательными материалами и др.

- Экономическая оценка рынка сбыта продукции: сегментация и потенциальная емкость рынка, основные конкуренты, прогноз объемов сбыта продукции, колебание спроса потребителей и возможности более полного его удовлетворения, способы расширения рынка сбыта, стимулирование сбыта продукции.

- Маркетинговая ситуация: способы реализации продукции, стратегия расширения рынка, выбор благоприятного сегмента рынка, ценообразование, реклама, обслуживание потребителей, изучение спроса, координация работы структурных подразделений по сбытовой деятельности предприятия.

- Финансово-экономические результаты: себестоимость продукции, структура статей и элементов себестоимости, калькуляция себестоимости и расчет затрат по видам продукции, прибыль от реализации продукции, затраты на 1 руб. товарной продукции, рентабельность производства и продукции, баланс доходов и расходов, балансовая прибыль и др.

- Техническое развитие производства; организационно-технические мероприятия по повышению эффективности производства и качеству выпускаемой продукции, мероприятия по вводу основных производственных фондов и производственных мощностей, повышению уровня механизации и автоматизации производственных процессов, обновлению технологического оборудования, обеспечению капитальных вложений и источников их финансирования и т.д.

- Социальное развитие коллектива: мероприятия, направленные на улучшение социально-бытовых и жилищных условий работников, сохранение их трудоспособности и укрепление здоровья, улучшение условий и охраны труда, изменение социально-профессиональной структуры коллектива работников, развитие общественной и трудовой активности производственного персонала.

- Природопользование и охрана окружающей среды: природоохранные мероприятия, их содержание и значение, использование водных ресурсов и охрана воздушного бассейна, устранение сброса загрязненных сточных вод, устройство очистных сооружений, утилизация отходов и др.

Вопросы для самоконтроля

1. В каких случаях разрабатывается бизнес-план?
2. Какие основные цели преследуются при разработке бизнес-плана?
3. Какие задачи решаются в процессе бизнес-планирования?
4. Какие принципы необходимо учитывать при разработке бизнес-плана?
5. Перечислите основные разделы бизнес-плана.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №6

Доля и ёмкость рынка

Цель работы: изучить понятие «ёмкость рынка», «доля рынка», научиться рассчитывать ёмкость рынка и долю рынка.

Содержание работы

Ёмкость рынка – это потенциально возможный объем продаж определенного товара на рынке в течение заданного периода, зависящий от спроса на товар, уровня цен, общей конъюнктуры рынка, доходов населения, деловой активности. Ёмкость рынка – это один из основных объектов исследования в маркетинге. Определяется объемом (в физических единицах или стоимостном выражении) реализуемых на нем товаров обычно в течение года.

Ёмкость рынка определяется по формуле:

$$E_p = П \times (Уп + Kэл \times Ц\%),$$

где П – численность потребителей в сегменте, чел.;

Уп – уровень потребления на душу населения в базисном году, ед. на душу населения;

Kэл – эластичность в натуральных единицах на 1% изменения цен;

Ц% – процентное изменение цен на товар.

Перспективная ёмкость регионального рынка товаров рассчитывается по следующей формуле:

$$П = Y_{ф} \times \left(n - \sqrt{\frac{Y_n}{Y_{ф}}} \right)^i \times N + O_{ф} \times \left(n - \sqrt{\frac{O_n}{O_{ф}}} \right)^i \times N - O_{ф} \times N \times E,$$

где Уф – фактическое годовое потребление товара в расчете на душу населения (или на 100 семей);

Уп – годовое потребление товара по рациональной норме в расчете на душу населения (или на 100 семей);

n – количество лет до достижения нормативов;

i – количество лет, на которые прогноз превышает фактические данные;

Оф – фактическая обеспеченность населения товарами в расчете на душу населения (или на 100 семей);

Оп – обеспеченность населения товарами по рациональной норме в расчете на душу населения (или на 100 семей);

N – перспективная численность населения региона (или семей);

E – естественный прирост (или уменьшение) населения региона за прогнозируемый период.

Задача 1

Рассчитать ёмкость рынка товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 857 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 3%).

Задача 2

ЧМП «Интерпром» изготавливает декоративные решетки, металлические двери, сейфы и др. металлоконструкции для реализации на рынке города. На рынке действуют три фирмы. Перед предприятием стоит вопрос выбора стратегии поведения. Предприятие является финансово устойчивым и поэтому не стремится преследовать лидера, а для его атаки неизвестны объемы реализации и емкость рынка. Тем не менее, известно, что за 2013 год ЧМП «Интерпром» было реализовано продукции на 133 тыс. руб.; фирмой, которая является второй на рынке – на 140 тыс. руб.; доля рынка, которую контролирует лидер, составляет 45%.

Определить емкость рынка металлоизделий, доли рынка фирм, а также объемы реализации продукции фирмы-лидера.

Задача 3

Группа основателей фирмы начинает свою деятельность и планирует сосредоточить ее на производстве обуви. На первом этапе предусматривается сконцентрировать усилия и средства на узком сегменте – мужской и женской обуви больших размеров. Общее количество потребителей составляет 650000 лиц, среди них 49% – мужчины. Данные проведенных исследований свидетельствуют о том, что количество потребителей, имеющих большой размер, составляет 25% от общего количества взрослого населения.

Фирма решила работать в расчете на потенциального покупателя, доля которого составляет 62% от общего количества потенциальных покупателей со средним достатком, удельный вес которых составляет 40%.

Средняя стоимость одной единицы женской обуви осенне-зимнего ассортимента – 380 ден. ед., мужской – 280 ден. ед.

Фирме через год необходимо вернуть кредит в размере 150000 ден. ед. Доля рынка первого года – 25%.

Определить привлекательность сегмента рынка обуви больших размеров, рассчитать емкость целевого сегмента рынка.

Задача 4

Постройте конкурентную карту рынка, исходя из следующих данных:

Таблица 6.1 – Исходные данные

№ предприятия	Объем продаж в сопоставимых ценах, млн.руб.	
	Базовый период	Отчетный период
1	2	3
1	2000	2500
2	3000	2200
3	2000	1800
4	500	400
5	100	250

Задача 5

Рассчитать емкость рынка товара Гомельской области на 2014 год.

Таблица 6.2 – Исходные данные

Название товара	Годовое потребление товара		Обеспеченность товаром		Численность населения в 2011 году, млн. чел.	Прирост населения за 2011-2014 годы, млн. чел.
	2011 факт	2015 норматив	2011 факт	2015 норматив		
1	2	3	4	5	6	7
Радиоприемники, шт. на 100 семей	8,42	9,17	101	110	1,861	-0,0208

Вопросы для самоконтроля

1. Что называют конъюнктурой рынка?
2. Что такое емкость товарного рынка? В каких единицах может выражаться этот параметр?
3. С какой целью фирмы рассчитывают свою долю? В каких единицах она выражается?
4. Какие факторы влияют на величину емкости рынка и доли фирмы?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №7

Экономические основы формирования оборота товаров народного потребления

Цель работы: изучить понятия «спрос», «предложение», получить практические навыки в определении спроса, прямой ценовой эластичности, составлении баланса денежных доходов и расходов населения.

Содержание работы

Спрос – это отражение потребностей людей в том или ином товаре, услуге, их желание его купить. Потребителей интересует не товар вообще, а товар по приемлемой цене. Исходя из этого, следует говорить не об абсолютном, а о платежеспособном спросе. Платежеспособный спрос характеризует не только желание, но и возможность купить товар.

Предложение – количество товаров и услуг, которые производитель желает и может поставить на рынок по разной цене за определённый промежуток времени. Предложение показывает, какая и в каком количестве произведена продукция, которую производитель желает продать на рынке. Закон предложения выражает прямую зависимость между ценой и количеством товаров, производимых и предлагаемых к продаже. Цена и объем продаж товаров изменяются одновременно.

Важную роль в изучении возможных реакций со стороны экономических агентов на изменение цены играет понятие эластичности, которую можно определить как степень реакции одной величины на изменение другой.

Задача 1

Определите величину спроса, предложения, прямую ценовую эластичность, если известно, что на рынке оргтехники ежемесячный спрос в базовом периоде составлял $Q_0 = 2800$ шт., в отчетном $Q_1 = 3500$ шт., объем предложения $ТП_0 = 2700$ шт. и $ТП_1 = 2700$ шт. соответственно, размер цены $P_0 = 900$ млн. р., $P_1 = 1000$ млн.р. Для решения задания необходимо воспользоваться следующими формулами:

$$K_{з.с.} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_0}{Q_0}$$

$$K_{з.п.} = \frac{\Delta ТП}{\Delta P} \times \frac{P_0}{ТП_0}$$

Задача 2

Определите эластичность спроса от изменения доходов, если известно, что среднелюдские денежные расходы в анализируемом периоде выросли с 335 до 399 тыс. р., а спрос на телефоны вырос с 500 до 525 млн.р. Численность потенциальных потребителей не изменилась и составила 1000 чел. Коэффициент эластичности спроса от доходов следует определить по формуле:

$$K_{з.д.} = \frac{\Delta Q}{Q_0} \frac{D}{\Delta D}$$

Задача 3

На рынке областного города в октябре месяце произошло снижение цен на картофель с 550 до 400 р., хлеб массовых сортов с 420 до 360 р., кастрюли с 3700 до 3600р. При этом спрос на эти группы товаров вырос на 3,4 %; 6%; 30% соответственно. Определите коэффициент эластичности спроса от цены, более чувствительный к изменению товара.

Задача 4

Составьте баланс денежных доходов и расходов населения по области, если известно, что в отчетном периоде доходы составили 860 млрд. р.; в том числе заработная плата – 75%; поступления от продажи сельхозпродуктов – 20%; прочие доходы – 5%; нетоварные расходы составили 12% от общей суммы доходов; сбережения – 8%; обязательные платежи – 5%; розничный товароборот организованной торговой сети – 670 млрд.р.; продажа товаров учреждениям и организациям социальной сферы – 120 млрд.р.; продажа товаров на рынках по ценам местных рынков – 12 млрд. р. В плановом периоде доходы возрастут на 18%, их распределение будет прежним, а все расходные статьи возрастут на 1,5%.

Задача 5

Определите покупательные фонды населения города и емкость рынка региона на планируемый год на основании данных, приведенных в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Данные для расчета

Показатель	Вариант I	Вариант II	Вариант III
1	2	3	4
Денежные доходы населения региона по балансу денежных доходов и расходов, млрд.р.	650	780	1380
Нетоварные расходы, прирост сбережений, покупка недвижимости, в % суммы денежных доходов	26	23,5	24,8
Инорайонный спрос (прогноз), в % суммы покупательных фондов населения региона	2,8	4,1	4,9
Продажа продовольственных товаров организациям и учреждениям по безналичному расчету, в % от емкости рынка (прогноз)	4,1	4,8	5,4

Задача 6

Определите степень охвата покупательных фондов населения сегмента рынка А розничным товарооборотом в текущем году. Денежные доходы населения города в текущем году составили 15 млрд.р., нетоварные расходы – 19% суммы всех доходов; прирост сбережений – 150 млн.р. Розничный товарооборот города в текущем году составил 10 млрд.р., продажа товаров учреждениям социальной сферы – 4,8% объема розничного товарооборота; покупка товаров населения у колхозов и потребкооперации – 580 млн.р.

Задача 7

Определите покупательные фонды населения города и емкость рынка на планируемый год на основании следующих данных: денежные доходы населения города на планируемый год – 15600 млн.р.; нетоварные расходы – 22%; степень охвата покупательных фондов по расчетам не менее 96%; инорайонный спрос, как показывает анализ результатов кассовых оборотов, составит 6,8% покупок товаров местным населением; продажа товаров организациям и учреждениям социальной сферы составит 5,3% всей емкости рынка.

Задача 8

Определите степень охвата покупательных фондов населения города розничным товарооборотом в текущем году. Денежные доходы населения города в текущем году составили 960 млрд.р.; нетоварные расходы – 21% суммы всех доходов; прирост сбережений – 980 млн.р. Розничный товарооборот города в текущем году составил 720 млрд.р.; продажа товаров учреждениям и организациям социальной сферы – 5,3% объема розничного товарооборота; закупка товаров населением у колхозов и потребкооперации – 250 млн.р.

Задача 9

Определите объем спроса на ткани в планируемом году с использованием коэффициента эластичности на основании следующих данных: среднелюдиное потребление тканей в текущем году – 39 м², в прошлом – 31 м²; численность населения области – 1600 тыс.чел.; среднелюдиные денежные доходы в текущем году составили 353 тыс.руб. в расчете на одного человека, в прошлом – 317 тыс.руб.; темп роста денежных доходов в планируемом году – 6%; средняя цена 1 м² тканей – 291 тыс.руб.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое рынок?
2. Перечислите основные элементы рынка.
3. Что такое емкость рынка и как ее определить?
4. Что такое конъюнктура рынка?
5. Какие функции выполняет рынок?
6. Назовите условия, необходимые для функционирования рынка.
7. Что такое спрос?
8. Какие факторы влияют на спрос?
9. По каким признакам классифицируется микроспрос?
10. Что такое эластичность спроса?
11. Какие методы прогнозирования спроса вы знаете?
12. Какие факторы влияют на товарное предложение?
13. Что называется равновесной ценой?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №8

Изучение платежеспособного спроса населения в предприятиях розничной торговли

Цель работы: получение практических навыков в определении потребности торговой организации в товарных ресурсах.

Содержание работы

Задача 1

Рассчитать ожидаемую реализацию по товарным группам и определить потребности в товарных ресурсах, а также объемы закупок на перспективу.

Ситуация 1. В соответствии с заключенным с поставщиком договором и прилагаемой к нему спецификацией на 1 квартал текущего года закупили часы наручные в ассортименте в зависимости от принципа действия (табл. 8.1). Количество единиц наручных часов каждого вида, закупленных на первый квартал текущего года, необходимо рассчитать самостоятельно. На основании данных, полученных по результатам ряда проведенных мероприятий по изучению спроса в 1 квартале текущего года (табл. 8.2), определить ожидаемую реализацию наручных часов в ассортименте и сопоставить ее с объемом закупок у поставщика. Рассчитать отклонения и дать предложения об изменении поставки товаров по ассортименту на 2 квартал текущего года. Количество рабочих дней в квартале – 74.

Таблица 8.1 – Закуп часов наручных на 1 квартал

Часы наручные	Вариант							
	1		2		3		4	
	Кол-во, тыс. шт.	Уд. вес, %						
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Механические		45		40		50		30
Кварцевые		20		30		25		45
Электронные		35		30		25		25
Итого	1.5	100	2.5	100	2	100	3	100

Таблица 8.2 – Реализация часов наручных при проведении мероприятий по изучению спроса

Мероприятия	Дата проведения	Механические
1	2	3
Выставка-продажа в магазине №5	06.01 – 07.01	08.01 – 09.01
Выставка-продажа в магазине №2	14.02 – 15.02	11.01 – 12.01
Учет реализации: в магазине №3 в магазине №9 в магазине №7	26.02 12.03 21.03	19.02 15.03 23.03

Ситуация 2. В соответствии с заключенным с поставщиком договором и прилагаемой к нему спецификацией на 2 квартал текущего года предусмотрена поставка рыбы в ассортименте по способам ее производства (табл. 8.3). Объемы поставки рыбы в абсолютных величинах рассчитываются самостоятельно. На основании данных, полученных по результатам ряда проведенных мероприятий по изучению спроса во 2 квартале текущего года (табл. 8.4), определить ожидаемую реализацию рыбы по способам производства и сопоставить ее с объемом закупок у поставщика. Рассчитать отклонения и дать предложения об изменении поставки товаров по ассортименту на 3 квартал текущего года. Количество рабочих дней в квартале – 75.

Таблица 8.3 – Поставка рыбы на 3 квартал

Рыба	Вариант							
	1		2		3		4	
	Масса, т	Уд. вес, %						
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Соленая		20		30		22		10
Мороженая		40		50		66		62
Холодного копчения		18		12		6		8
Горячего копчения		22		8		12		20
Итого	68	100	72	100	78	100	82	100

Таблица 8.4 – График проведения мероприятий

Мероприятия	Дата проведения	Рыба		
		соленая	мороженая	холодного копчения
1	2	3	4	5
Выставка-продажа в магазине «Рыба»	16.04	200	500	90
	17.04	150	450	80
	18.04	240	300	130
	19.04	300	650	140
	20.04	160	530	115
Выставка-дегустация в универсаме	17.05	230	600	135
	18.05	270	640	145
Учет реализации: в магазине №2, в магазине №5, в магазине №8	27.06	150	500	80
	11.06	205	550	95
	125.06	145	580	120

Методика решения ситуаций 1-2

1. По данным реализации товаров по ассортименту на всех мероприятиях подсчитывается общий объем продажи за 10 дней (по таб. 8.2- сумма по всем видам товаров)
 2. Определяется удельный вес каждой группы товаров в общей реализации за 10 дней.
 3. Рассчитывается ожидаемая реализация товаров за квартал. Для этого вначале определяется среднедневная продажа за 10 дней. Затем путем умножения среднедневной продажи на количество рабочих дней магазина в квартале определяется ожидаемая общая продажа за квартал.
 4. Определяется ожидаемая реализация товаров в ассортименте. Для этого используются данные об удельном весе продажи каждой группы товаров, полученные в результате проведенных мероприятий, и рассчитанный ожидаемый общий объем продажи товаров за квартал.
 5. Рассчитанный объем реализации в ассортименте сопоставляется с данными спецификации (табл. 8.1, табл. 8.3).
- Расчет отклонений от спецификации оформить в табл. 8.5.

Таблица 8.5 – Расчет отклонений поставки товара от спецификации

Ассортимент товаров	Поставки товаров				Отклонение от спецификации (+)	
	по спецификации		расчетные		кол-во	уд. вес, %
	кол-во	уд. вес, %	кол-во	уд. вес, %		

6. На основе рассчитанных отклонений определяются объемы закупок товаров по внутригрупповому ассортименту на следующий квартал текущего года.

Вопросы для самоконтроля

1. Для чего необходимо проводить обоснование потребности торговой организации в товарных ресурсах?
2. Какие методы определения потребности торговой организации в товарных ресурсах вы знаете?
3. Дайте определение рациональной нормы потребления.
4. Охарактеризуйте балансовый метод определения потребности торговой организации в товарных ресурсах.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №9

Товарные ресурсы

Цель работы: изучить сущность и состав товарных ресурсов, получить навыки планирования и распределения товарных ресурсов.

Содержание работы

Задача 1

Определить запасы на конец года льняных тканей по области, предварительно составив баланс ресурсов льняных тканей на основании следующей информации: рыночный фонд составляет 3990 млн. руб.; поступление от производства – 4980 млн. руб.; импорт – 80 млн. руб.; экспорт – 550 млн. руб.; фонд госбюджетных организаций –

430 млн. руб.; фонд промышленного потребления – 10 млн. руб.; запасы на начало года – 800 млн. руб.; поступление из государственного резерва – 40 млн. руб. Охарактеризовать структуру приходной и расходной частей полученного баланса товарных ресурсов.

Задача 2

Рассчитать ожидаемое выполнение баланса ресурсов тканей за один из кварталов текущего года на основании имеющейся информации: запасы на начало квартала – 1000 млн. руб.; поступление от производства – 6650 млн. руб.; промышленная переработка тканей за квартал – 550 млн. руб.; в государственный резерв будет возвращено – 1000 млн. руб., заложено – 150 млн. руб.; потребительский рынок – 25% всех ресурсов; вне рыночный фонд – 50%; экспорт – 1000 тыс. руб.

Задача 3

Имеется следующая информация о составе баланса мясопродуктов по области за текущий год (таблица 9.1).

Таблица 9.1 – Баланс ресурсов мясопродуктов, млн. руб.

Ресурсы	Текущий год	Плановый год	Распределение ресурсов	Текущий год	Плановый год
1	2	3	4	5	6
Запасы на начало года	270		Рыночный фонд	760	
Поступления от производства	750		Внерыночный фонд:	110	
Импорт	170		– в том числе фонд государственных бюджетных организаций;	70	
			– фонд прочих организаций	40	
			Вывод в другие области	20	
			Запасы на конец года	300	
Баланс	1190		Баланс	1190	

Учитывая эту информацию, а также прогнозные показатели по каждой из статей, составить баланс ресурсов мясопродуктов по области на планируемый год. Прогноз на следующий год: производство увеличится на 6%, поступление по импорту – на 8%, рыночный фонд увеличится на 12%, фонд госбюджетных организаций составит 90 млн. руб., фонд прочих организаций – 50 млн.руб. Вывоз мясопродуктов в другие области сократится на 10%.

Задача 4

Таблица 9.2 – Балансовый расчет производства и потребления кожаной обуви по области, тыс. руб.

Статья баланса	Текущий год	Будущий год	Будущий год в % к текущему
1	2	3	4
1. Ресурсы всего			
Остатки на начало года	750		
Производство	15250		

Продолжение таблицы 9.2

1	2	3	4
Импорт	4900		
2. Распределение, всего			
Потребление по области	14550		
в том числе поставка на внутренний рынок	11000		
Поставка на экспорт	5650		
Остатки на конец года.			

Составьте балансовый расчет производства и потребления непродовольственных товаров на текущий и будущий год на примере кожаной обуви по области на основании таблицы 9.2: объем производства обуви планируется увеличить с учетом роста загрузки производственных мощностей и роста сырьевой базы на 10%; импорт обуви возрастет на 1500 тыс. пар; поставка на внутренний рынок увеличится на 5%; поставка на экспорт возрастет на 30%; остатки на конец года определите балансовым методом. Дайте характеристику произошедшим изменениям.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение товарных ресурсов.
2. Дайте определение товарных фондов.
3. Какие товарные фонды выделяют в зависимости от характера образования?
4. Какие товарные фонды выделяют в зависимости от потребительского назначения?
5. Какие товарные фонды выделяют в зависимости от характера использования?
6. Назовите источники формирования товарных ресурсов.
7. Какой метод используется при планировании товарных фондов?
8. На основании чего исчисляется фонд промышленной переработки?
9. На основании чего исчисляется размер рыночного фонда?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 10

Закупочная деятельность предприятий торговли

Цель работы: изучить процесс закупок торговых предприятий и его этапы.

Содержание работы

Закупка товаров – составная часть коммерческой деятельности торгового предприятия, включающая в себя:

- изучение и прогнозирование покупательского спроса;
- выявление и изучение источников поступления и поставщиков товара;
- организацию хозяйственных связей с поставщиками, включая разработку и заключение договоров поставки;
- организацию учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств.

Планировка закупок состоит из следующих этапов:

- сбор информации;
- анализ потребности и возможностей;
- выбор стратегии закупки;
- определение метода закупок;
- оперативные решения, связанные с процессом товародвижения;
- контроль;
- анализ хода выполнения плана;
- корректировка плана.

Задача 1

Изучить один из вариантов выбора поставщиков на основе рассмотрения следующей ситуации:

Торговое предприятие планирует в будущем году продажу нового товара Z в количестве 1000 т., что удовлетворяет требованиям рынка. Товар только первого сорта удовлетворяет требованиям покупателей. Для того, чтобы в полном объеме и с минимальными затратами удовлетворить спрос покупателей, экономисты установили экономическую партию закупки товара Z, равную 200 т, которой соответствуют минимальные затраты на размещение, выполнение заказов и хранение запасов. Заказы на товар Z должны подаваться поставщику через равные периоды времени. По расчетам планово-экономического отдела максимальная цена закупки 1 т товара Z может быть не более 5 у.е., в противном случае предприятие не будет иметь минимальной рентабельности продаж.

Предприятие испытывает недостаток оборотных средств. Оплата предпочтительнее с помощью платежных поручений. Доставка материала от поставщика допустима в бумажных мешках или полиэтиленовых пакетах.

Поставщик, ранее обеспечивающий потребности в товаре, прекратил свою деятельность.

Для выполнения задания необходимо руководствоваться следующими рекомендациями:

1. Выбор нового поставщика должен быть начат с анализа материальной потребности предприятия и возможности удовлетворения ее на рынке.

2. После изучения рынка разрабатывается спецификация, в которую включаются наименование товара, его характеристика, соответствие государственным стандартам, а также требования, которым должен отвечать товар в момент поставки.

3. Если поставщиков немного: два или три, то критериями выбора наиболее подходящего из них служат сравнительные цены и надежность поставщиков, а также величина производственной мощности. Выбирается поставщик, наиболее полно соответствующий этим критериям. Когда поставщиков значительно больше, выбор осуществляется в два этапа. На первом этапе производится предварительный отбор поставщиков.

4. Для этого из первоначального списка потенциальных поставщиков исключаются те, которые не удовлетворяют предприятие-покупатель. Критериями исключения поставщиков могут быть:

- удаленность поставщика (при значительной удаленности возникают большие транспортные расходы, увеличивающие себестоимость);
- качество и цена, не соответствующие требованиям предприятия-покупателя;
- не удовлетворяющая покупателя форма оплаты материальных ресурсов;
- не подходящая для покупателя партия поставки материалов;
- не соответствующая требованиям упаковка.

Перечисленный перечень критериев исключения из списка потенциальных поставщиков не является исчерпывающим, поскольку такие критерии зависят от конкретных условий.

5. Из первоначального списка потенциальных поставщиков в итоге отбирается 2-3 поставщика. Окончательный выбор поставщика осуществляется с помощью системы балльной оценки (см. табл. 10.2).

Все перечисленные в данной таблице критерии оцениваются по одной системе баллов: 4 – по данному критерию поставщик полностью удовлетворяет требованиям покупателя; 3 – поставщик в основном соответствует требованиям предприятия-покупателя; 2 – частичное удовлетворение требований покупателя по данному критерию; 1 – полная неприемлемость поставщика для предприятия-покупателя.

Система балльной оценки выбираемого поставщика достаточно эффективна, хотя в ней отсутствует некоторый элемент субъективизма.

Изучение рынка товаров дает возможность составить перечень потенциальных поставщиков. Отдел снабжения установил, что товар Z могут продавать четыре предприятия-изготовителя и три оптово-посреднические фирмы. Более подробное изучение поставщиков позволило представить результаты в табл. 10.1.

Изучите внимательно табл. 10.1, в которой представлен список потенциальных поставщиков товара Z, а также рекомендуемые критерии оценки поставщиков. 3. Выбор нового поставщика проведите в два этапа. На первом этапе исключите из списка тех потенциальных поставщиков, которые не удовлетворяют по следующим критериям:

- 1) значительной удаленности поставщиков (свыше 200 км.);
- 2) цене;
- 3) сорту;
- 4) по форме оплаты;
- 5) периодичности поставок материала;
- 6) величине партии поставки материала;
- 7) размеру производственной мощности;
- 8) количеству товара, продаваемого предприятиям-конкурентам;
- 9) виду упаковки.

В итоге из первоначального списка отбирается 2-3 наиболее приемлемых потенциальных поставщика.

Составьте табл. 10.2. Перенесите данные о выбранных поставщиках из табл. 10.1 в табл. 10.2. Оцените каждый критерий выбора поставщиков соответствующими баллами от 4 до 1 и проставьте баллы в соответствующие графы табл. 10.2. Определите суммарное количество баллов по каждому поставщику. Поставщик, имеющий максимальное количество баллов, является наиболее приемлемым.

Сформулируйте обоснованность ваших выводов.

Таблица 10.1 – Критерии оценки поставщиков

Предприятия изгот. и оптово-посреднич. фирмы	Критерии оценки поставщиков							
	Цена 1 ед. у.е.	Сорт	Производств.-мощн. тыс.т	Периодичность поставки	Миним. партия поставки, т	Расст. до поставщика, км	Форма расчетов	Вид упаковки
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Предприятие № 1	55	II	5	1 раз в месяц	70	800	Предоплата	Полиэтиленовые пакеты
Предприятие № 2	55,1	II	10	1 раз в месяц	70	600	Платежные поручения	Бумажные пакеты
Предприятие № 3	44,9	II	8	1 раз в квартал	200	20	По договоренности	Бумажные пакеты
Предприятие № 4	55,1	III	15	1 раз в месяц	70	150	По договоренности	Контейнеры
Оптово-посредническая фирма №1	55,2	III	-	По мере необходимости покупателя	По договоренности с покупателем	10	Поставка в кредит	Полиэтиленовые пакеты
Оптово-посредническая фирма №2	55,1	II	-	По мере необходимости покупателя	По договоренности с покупателем	15	Возможна оплата частично в кредит	Бумажные пакеты
Оптово-посредническая фирма №3	44,9	II	-	По мере необходимости покупателя	По договоренности с покупателем	8	Предоплата	Бумажные пакеты

Таблица 10.2 – Окончательная оценка поставщиков

Критерии выбора поставщика	Предприятие-изготовитель (или оптово-посредническая фирма)	Предприятие-изготовитель (или оптово-посредническая фирма)
1	2	3
Цена		
Качество (в данной задаче сорт)		
Периодичность поставки		
Минимальная партия поставки		
Расстояние от предприятия-покупателя до поставщика		
Форма расчетов		
Вид упаковки		
Дополнительные критерии		
ИТОГО	Сумма баллов	Сумма баллов

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите основные принципы рационализации товароснабжения.
2. Какие факторы оказывают влияние на частоту завоза товаров на торговые предприятия?
3. Какие методы доставки товаров вы знаете?
4. Дайте определение экономичной партии заказа?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №11

Формирование ассортимента товаров в предприятиях торговли

Цель работ: приобрести практические навыки в области формирования ассортимента товаров в предприятиях торговли.

Содержание работы

Задача 1

В ОАО Универсам "Вежа" в апреле текущего года в молочном отделе была организована проверка соблюдения ассортиментного перечня, наличия в продаже молока на протяжении рабочей смены (8 часов) и полноты ассортимента молока.

В таблице 1 приведены результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня в молочном отделе универсама.

В таблице 2 оформлены результаты наблюдения наличия молока в продаже на протяжении рабочей смены.

В таблице 3 зафиксированы результаты исследования полноты ассортимента молока, имевшегося в продаже на момент проверки.

По результатам данных таблиц 1 – 3 необходимо:

1. Рассчитать коэффициенты устойчивости ($K_{уст.}$) ассортимента молока (табл. 2.) в целом и по отдельным видам по формуле:

$$K_{уст.} = \left(\frac{A_1}{A} + \frac{A_2}{A} + \dots + \frac{A_n}{A} \right) / n$$

где A – количество разновидностей товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем;

A_1, A_2, \dots, A_n – количестве разновидностей товаров из предусмотренных ассортиментным перечнем на момент 1, 2, ..., n проверки;

n – количество проверок.

2. Определить коэффициент стабильности ассортимента молока в течение рабочей смены по данным таблицы 2. Этот коэффициент рассчитывается как отношение времени наличия в продаже товара в течение рабочей смены в минутах к времени рабочей смены в минутах.

3. Рассчитать коэффициенты полноты (K_p) ассортимента молока в целом и по отдельным видам по формуле:

$$K_p = \left(\frac{P\phi_1}{P_n} + \frac{P\phi_2}{P_n} + \dots + \frac{P\phi_n}{P_n} \right) / n$$

где $P\phi$ – фактическое количество разновидностей товаров на момент проверки;

P_n – количество разновидностей товаров;

n – количество проверок.

4. Проанализировать результаты расчетов.

5. Дать предложения по улучшению торговли молоком в ОАО Универсам "Вежа".

Таблица 11.1 – Результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня по молоку в ОАО Универсам "Вежа"

Ассортимент молока	Количество наименований по ассортиментному перечню	Фактическое количество наименований ассортимента при проверках по датам				
		10.04	15.04	20.04	24.04	30.04
1	2	3	4	5	6	7
Молоко пастеризованное	2	1	2	3	3	2
Молоко стерилизованное	2	2	1	2	1	1
Молоко белковое	2	1	1	1	1	1
Молоко топленое	2	-	1	-	1	-
Итого	8					

Таблица 11.2 – Результаты исследования стабильности ассортимента молока в ОАО Универсам "Вежа"

Время работы магазина, часы	10.04	15.04	20.04
1	2	3	4
9.00-10.00	30	60	45
10.00-11.00	-	45	60
11.00-12.00	30	15	45
12.00-13.00	60	30	-
13.00-14.00	60	-	30
14.00-15.00	25	55	60
15.00-16.00	15	60	60
16.00-17.00	50	20	60
17.00-18.00	-	15	15
18.00-19.00	40	-	-
19.00-20.00	55	-	-
20.00-21.00	-	-	50
Итого			
Продолжительность рабочей смены	720	720	720

Задача 2

В универсаме "Беларусь" в июне текущего года в секции "Верхний трикотаж для женщин" была проведена проверка соблюдения ассортиментного перечня и полноты ассортимента.

В таблице 11.3 приведены результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня в секции "Верхний трикотаж для женщин".

Таблица 11.3 – Результаты изучения полноты ассортимента молока в ОАО "Универсам «Вежа»

Наименование молока	Дата проверки ассортимента				
	10.04	15.04	20.04	24.04	30.04
1	2	3	4	5	6
Молоко пастеризованное					
1%жира	-	-	-	-	-
1,5% жира	1	1	1	1	1
2,5% жира	-	1	-	1	1
4% жира	-	-	1	1	-
6% жира	-	-	1	-	-
Молоко стерилизованное					
3,2% жира	1	1	1	1	1
3,5% жира	1	-	1	-	1
Молоко белковое					
1 % жира	-	-	-	-	1
1,5% жира	1	-	-	-	-
2,5% жира	-	1	1	1	-
Молоко топленое					
4% жира	-	-	-	1	1
6% жира	-	1	-	-	-

В таблице 11.4 даны результаты изучения полноты ассортимента верхнего трикотажа для женщин.

Таблица 11.4 – Результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня в секции "Беларусь"

Наименование изделия	Размер	Количество моделей по перечню	Количество моделей в момент проверки по датам				
			02.06	10.06	15.06	21.06	30.06
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Юбки	96	1	-	1	-	1	-
	100	1	1	-	1	-	1
	104	1	-	-	1	-	1
	108	1	-	1	-	1	1
2. Костюмы, комплекты	88	1	1	-	1	-	1
	92	1	1	-	1	1	1
	96	3	2	1	2	1	3
	100	3	1	3	2	1	3
	104	3	1	2	2	1	2
	108	1	-	1	-	1	1
3. Платья п/ц, х/б или синтетические	112	1	-	1	-	1	1
	88	1	-	1	1	-	1
	92	1	1	-	1	1	1
	96	3	1	2	3	1	1
	100	3	-	3	1	2	2
	104	3	1	-	1	3	2
	1,08	1	1	-	-	1	1
112	1	-	1	1	1	-	

Продолжение таблицы 11.4

1	2	3	4	5	6	7	8
4. Джемперы, свитеры, жакеты	88	1	1	-	1	1	-
	92	1	-	1	-	1	1
	96	3	2	1	2	3	2
	100	3	2	1	3	1	3
	104	3	1	2	-	3	-
	108	1	1	-	1	1	1
	112	1	1	-	1	-	1

На основании данных таблиц 11.3-11.4 необходимо:

1. Рассчитать коэффициенты устойчивости ассортимента верхнего трикотажа для женщин в целом и по отдельным видам (см. Задача 1).
2. Определить коэффициент полноты ассортимента верхнего трикотажа для женщин в целом и по отдельным видам (см. Задача 1).
3. Дать оценку полученным результатам и предложения по улучшению коммерческой работы предприятия по формированию ассортимента и соблюдению ассортиментного перечня.

Литература

1. Ефимова, О.П. Экономика общественного питания: учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2008.
2. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник. – Мн.: Новое знание, 2007.
3. Шелег, Н.С. Экономика организаций торговли / Н.С. Шелег, Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова и др. – Мн.: БГЭУ, 2009.
4. Экономика предприятий торговли: практикум / Под ред. Р.П. Валевич, Г.А. Давыдовой. – Мн.: БГЭУ, 2003.
5. Экономика предприятий торговли: учеб. пособие / Под общ. ред. Н.В. Максименко, Е.Н. Шишковой. – Минск, Высшая школа, 2009.
6. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: учебник / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА, 2008.
7. Бланк, И.А. Торговый менеджмент: Учебный курс. – Киев: НИКА – Центр, 2004.
8. Виноградова, С.А. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – Минск: БГЭУ, 2005.
9. Ерохина, Л.И. Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник. – М.: КНОРУС, 2009.
10. Коропенок, Г.А. Менеджмент в торговле: учебное пособие. – Мн.: БГЭУ, 2007.
11. Национальная экономика Беларуси: учебник / Под общ. ред. В.Н. Шимова. – Минск: БГЭУ, 2009.
12. Платонов, В.Н. Организация и технология торговли: учебное пособие. – Минск, БГЭУ, 2009.
13. Ромина, А.Г. Коммерческая деятельность: учеб. пособие. – Минск, БГЭУ, 2009.
14. Фридман, А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник. – М.: Корпорация «Дашков «К», 2008.
15. Хваткин, Н.Г. Экономика оптовой торговли продтоварами: учебное пособие. – М.: ЭКСМО, 2007.
16. Шелег, Н.С. Товарный рынок: научное издание – М.: Изд. Дом МСМ, 2004 (СЕР. «Союзное государство». Кн.4)
17. Шелег, Н.С. Международная торговля: пособие / Н.С. Шелег, Ю.И. Енин и др. – Мн.: БГЭУ, 2009.
18. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учеб. пособие / Под ред. Г.И. Николаевой и Н.Е. Егоровой. – М.: Изд. КНОРУС, 2008.

Учебное издание

Составители:

*Бережная Галина Геннадьевна
Борищук Елена Сергеевна
Григорьева Наталья Владимировна*

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению практических работ по дисциплине

«ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ»

для студентов специальности

1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

дневной и заочной форм обучения

Часть 1

Ответственный за выпуск: Бережная Г.Г.

Редактор: Боровикова Е.А.

Компьютерная вёрстка: Соколюк А.П.

Корректор: Никитчик Е.В.

Подписано в печать 31.12.2014 г. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага «Performer».
Гарнитура «Arial Narrow». Усл. печ. л. 2,10. Уч. изд. л. 2,25. Заказ № 1088. Тираж 50 экз.

Отпечатано на ризографе учреждения образования «Брестский государственный
технический университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.