

УДК 347.71
ББК 65.422.5-804
П 78

Авторы-составители: О. В. Пигунова, канд. экон. наук, доцент;
Т. В. Гасанова, канд. экон. наук, доцент;
С. П. Гурская, канд. экон. наук, доцент;
А. П. Гуменников, ст. преподаватель

Рецензенты: В. А. Михарева, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой
«Профессиональная переподготовка» ИПКиП
Гомельского государственного технического
университета им. П. О. Сухого;
С. Н. Виноградова, канд. экон. наук, доцент
Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации

Рекомендована к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 2 от 9 декабря 2014 г.

Программа государственного экзамена для реализации содержания образовательной программы высшего образования I ступени по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления» / авт.-сост. : О. В. Пигунова [и др.]. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – 60 с.
ISBN 978-985-540-358-7

В программу государственного экзамена включены содержание учебных дисциплин, примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену, ситуационные задачи.

УДК 347.71
ББК 65.422.5-804

ISBN 978-985-540-358-7

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Итоговая аттестация студентов при освоении образовательных программ по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления» проводится в форме государственного экзамена и защиты дипломной работы по специальности и специализации.

Программа государственного экзамена по специальности и специализации разработана в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта I ступени высшего образования и Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

В учебный план подготовки специалиста по данной специальности и специализации включен ряд дисциплин, которые отражают профиль подготовки и компетенции специалиста. В соответствии с учебным планом предусмотрено изучение следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Инфраструктура товарного рынка», «Экономика торговли», «Организация и технология торговли», «Управление продажами», «Защита прав потребителей», «Логистика», «Прикладной маркетинг», «Комплексная автоматизированная система управления коммерческой деятельностью» и др.

В соответствии с утвержденным учебным планом по данной специальности и специализации в государственный экзамен включены следующие учебные дисциплины: «Коммерческая деятельность», «Организации и технология торговли», «Экономика торговли».

На основе содержания программы по данным дисциплинам сформирован примерный перечень теоретических вопросов и ситуационных задач для подготовки к государственному экзамену.

Государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Цель проведения государственного экзамена по специальности и специализации – выявление компетенций специалиста, т. е. теоретических знаний и практических умений, необходимых для решения теоретических и практических задач специалиста с высшим профессиональным образованием.

Специальность 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» в соответствии с ОК РБ 011-2009 относится к профилю образования Е «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и орга-

низация производства», направлению образования 25 «Экономика» и обеспечивает получение квалификации экономиста.

Общими целями подготовки специалиста являются следующие:

- формирование и развитие социально-профессиональной, практико-ориентированной компетентности, позволяющей сочетать академические, социально-личностные, профессиональные компетенции для решения задач в сфере профессиональной и социальной деятельности;
- формирование профессиональных качеств, обеспечивающих реализацию целей государства в области социально-экономического развития, в ходе осуществления коммерческой деятельности.

Объектами профессиональной деятельности специалиста являются управленческие, коммерческие, организационные, маркетинговые, прогностические, аналитические процессы и операции, осуществляемые закупочными организациями, организациями торговли и услуг всех форм собственности, производственными предприятиями различных отраслей экономики, в разрезе которых осуществляется подготовка специалистов I ступени высшего образования в рамках установленных специализаций.

Специалист должен быть компетентен в следующих видах деятельности: организационно-управленческой, коммерческой и научно-исследовательской.

Специалист должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

- постановке управленческих задач;
- использованию существующих методов обоснования принимаемых экономических решений;
- организации торгово-технологических процессов;
- оценке результатов и прогнозированию параметров деятельности;
- проведению анализа экономической деятельности организаций;
- анализу факторов, обуславливающих динамику основных экономических показателей типичного субъекта хозяйствования;
- эффективному управлению ресурсами;
- осуществлению коммерческой деятельности по закупкам и реализации товаров в сфере товарного обращения и соответствующих структурах в сфере производства и услуг;
- исследованию и мониторингу отраслевого рынка;
- применению прикладных методов исследовательской деятельности в профессиональной сфере;
- адаптации инновационных технологий к деятельности организаций.

Освоение образовательных программ по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

1. Социально-личностных:

- быть способным к социальному взаимодействию (СЛК-2);
- обладать способностью к межличностным коммуникациям (СЛК-3);

- владеть навыками здоровьесбережения (СЛК-4).

2. Профессиональных:

- работать с юридической литературой и трудовым законодательством (ПК-1);

- готовить доклады, материалы к презентациям (ПК-6);

- управлять товарными, информационными и финансовыми потоками при организации процессов товарного обращения (ПК-12);

- создавать систему управления затратами с целью их оптимизации (ПК-13);

- оценивать перспективность бизнеса, его конкурентоспособность, эффективность (ПК-16);

- организовывать деятельность торговых организаций и коммерческих служб промышленных предприятий (ПК-18);

- иметь навыки разработки проектов в рамках профессиональной деятельности (торгово-технологических, и (или) маркетинговых, и (или) рекламных, и (или) логистических процессов) с использованием информационных технологий и участвовать в них (ПК-22);

- использовать экономические законы и закономерности в управлении коммерческой деятельностью (ПК-26);

- разрабатывать отдельные компоненты стратегии и тактики осуществления коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг (ПК-28);

- использовать комплексный подход при решении проблем коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг (ПК-29).

Раздел I. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 1. Сущность, роль и содержание коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

Понятие и цель коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в формировании конкурентоспособной экономики.

Сущность, принципы и функции коммерческой деятельности. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях. Коммерческая служба организации: структура, функции, взаимосвязь с другими подразделениями.

Роль и задачи специалистов коммерческих служб в улучшении качества товаров, обновлении их ассортимента, повышении культуры обслуживания покупателей. Требования к коммерческому работнику: личностные, профессиональные.

Место коммерческой деятельности во внешней среде. Объекты, субъекты, предмет коммерческой деятельности и их характеристика.

Основные элементы коммерческой деятельности: исследование рынка; изучение покупательского спроса; определение потребности в товарах; формирование конкурентоспособного ассортимента; управление товарными запасами; закупочная и договорная работа; рекламно-информационная деятельность. Взаимосвязь между элементами коммерческой деятельности.

Факторы, влияющие на состояние рынка товаров и услуг: демографические, экономические, природно-климатические, бытовой и потребительской культуры, научно-технические, политико-правовые, социального настроения в обществе и др. Их характеристика. Использование передового отечественного и зарубежного опыта в повышении эффективности коммерческой деятельности. Система управления коммерческой деятельностью.

Тема 2. Информационно-аналитическое обеспечение коммерческой деятельности

Информационное и информационно-аналитическое обеспечение коммерческой деятельности (ИАОКД). Банк коммерческой информации: понятие, сущность, роль в коммерческой деятельности организации, задачи. Источники получения информации и их классификация.

Комплексное исследование рынка как основа информационно-аналитического обеспечения коммерческой деятельности. Информа-

ция о покупателях и мотивах покупок, требованиях рынка, конкурентной среде и конкурентах, потенциальных возможностях организации и др. Отбор информации для принятия коммерческого решения.

Инфраструктурные элементы ИАОКД организации: базы данных и базы знаний, организационное подразделение в структуре аппарата управления, компетенции и специалисты, современные информационные технологии (СИТ) и программные продукты.

СИТ и их роль в создании качественного нового уровня информационного обеспечения коммерческой деятельности. Коммерческая тайна. Защита конфиденциальной информации и коммерческой тайны.

Тема 3. Сущность, классификация и правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров

Понятие «товарные ресурсы», их роль в реализации целей и задач коммерческой деятельности организации торговли. Экономическое содержание категории «товарные ресурсы».

Существующая система распределения товарных ресурсов в Республике Беларусь. Оценка эффективности использования товарных ресурсов организации торговли.

Методы определения потребности в товарах: метод переноса закономерностей, сложившихся за прошедший период, на новый период, расчет потребности в товарах на основе использования коэффициента эластичности, балансовый метод, нормативный метод, определение потребности на основе оперативных данных по изучению спроса покупателей и др.

Понятие и сущность хозяйственных связей организаций по поставкам товаров. Системы хозяйственных связей между поставщиками и покупателями товаров. Простая и сложная структуры хозяйственных связей, их характеристика, экономическая целесообразность применения.

Классификация хозяйственных связей по срокам действия, составу участников, ведомственной принадлежности, территориальному расположению хозяйствующих субъектов и др. Предмет и субъекты хозяйственных связей.

Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З, Положение о поставках товаров в Республике Беларусь и др.

Задачи развития и совершенствования хозяйственных связей организаций с поставщиками товаров.

Тема 4. Характеристика основных видов хозяйственных договоров, применяемых при поставках товаров

Виды хозяйственных договоров. Договор купли-продажи, его виды и роль в условиях рыночных отношений.

Структурные части договора, направленного на куплю-продажу оптовой партии товаров. Содержание типовых элементов вводной, основной и заключительной частей договора. Содержание договора поставки, характеристика его разделов, порядок заключения, изменения и расторжения. Существенные условия договора поставки, порядок определения и значение.

Требования к содержанию и оформлению договорных отношений по поводу купли-продажи и поставки оптовых партий товаров.

Тема 5. Организация договорной работы в торговле

Договорная работа и ее содержание: преддоговорная работа; заключение, изменение, дополнение и расторжение договора; учет и контроль исполнения договорных обязательств; оценка эффективности сделок.

Значение и содержание преддоговорного этапа. Аналитическая работа по подготовке условий договора: определение вида договора и формы его заключения, учет факторов некоммерческого характера, порядок определения существенных условий, анализ редакции наиболее существенных вопросов, непосредственно связанных со статьями расходов на реализацию партий товаров и конечной конкурентоспособностью закупаемых товаров. Роль коммерсанта в обеспечении защиты прав потребителей.

Требования к профессиональным знаниям и умениям (компетенциям) специалиста коммерческой службы, которому делегированы полномочия по заключению договоров, применяемые при поставках товаров.

Учет и контроль выполнения договорных обязательств. Использование ПЭВМ при организации учета и контроля договорных обязательств. Имущественная ответственность и санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договоров.

Торговые переговоры и их роль в повышении эффективности хозяйственных связей.

Тема 6. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам и продаже

Понятие и сущность процесса оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Автоматизированные системы управления и контроля за товарными запасами и их роль в организации закупок товаров.

Факторы, учитываемые при оптовых закупках товаров. Содержание процесса оптовых закупок товаров. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика.

Источники оптовых закупок товаров. Роль местных источников закупок и задачи коммерческих служб по их изучению и вовлечению в товарооборот.

Поставщики товаров, их классификация, характеристика, роль в формировании конкурентоспособного ассортимента, выбор поставщиков.

Порядок проведения оптовых закупок товаров при свободной купле-продаже и для государственных нужд. Формы оптовых закупок. Закупки товаров на оптовых ярмарках: понятие, виды, классификация; цель, задачи и порядок проведения; руководство ярмарки. Нормативные акты, регламентирующие выставочную и ярмарочную деятельность на территории Республики Беларусь и за рубежом.

Организация закупки товаров на товарных биржах, аукционах, оптовых рынках, торгах, тендерах, в торговых домах, посредством электронной торговли. Их сущность, характеристика, цели, организация коммерческих операций, документальное оформление сделок купли-продажи. Организация учета и контроля оптовых закупок товаров народного потребления. Ответственность поставщиков и покупателей за нарушение условий договора поставки.

Пути совершенствования закупочной деятельности организаций торговли.

Сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров и их характеристика: планирование оптовой продажи, установление хозяйственных связей с покупателями товаров, выбор форм и методов оптовой продажи, оказание

услуг розничной торговле, рекламно-информационная деятельность, организация учета и контроля за выполнением договоров с покупателями.

Методы продажи товаров со складов оптовых организаций: с личной отборкой покупателями, по заявкам покупателей, через магазины-склады (типа «cash and carry»).

Стимулирование оптовых продаж. Услуги покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовым покупателям, и их характеристика (технологические, коммерческие, организационные, финансовые, по накоплению и хранению товаров, товароснабжению). Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле Республики Беларусь.

Тема 7. Содержание, цели и особенности коммерческой деятельности на розничном рынке

Сущность коммерческой деятельности в розничной торговле. Основные элементы коммерческой деятельности в розничной торговле, их содержание, взаимосвязь и взаимообусловленность.

Требования современного розничного рынка к компетенциям специалистов коммерции (специалисту по продажам; менеджеру торгового зала; управляющему продажами; категорийному менеджеру; торговому представителю; супервайзеру; региональному представителю; специалисту по продукту; специалисту по активным продажам; специалисту по работе с корпоративными, ключевыми, VIP-клиентами).

Принципиальные особенности коммерческой деятельности в торговле на современном потребительском рынке. Базирование теории и практики коммерции на современных компетенциях в области организации и технологии торговли, управления продажами, логистики, менеджмента, маркетинга, использования СИТ и специализированных программных продуктов в коммерции и экономике торговли.

Тема 8. Коммерческая деятельность по изучению спроса покупателей

Задачи и цели изучения потребностей населения. Понятие покупательского спроса. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач.

Виды покупательского спроса и их характеристика: удовлетворенный (реализованный), неудовлетворенный, формирующийся. Классификация покупательского спроса в зависимости от характера возникновения потребности в покупке, степени повторяемости, частоты предъявления, степени распространяемости и др.

Особенности спроса покупателей на различные товары (продукцию), их учет в коммерческой работе организаций.

Методы изучения покупательского спроса. Особенности изучения спроса оптовых покупателей.

Тема 9. Управление ассортиментом товаров в розничной торговле

Понятие ассортимента товаров. Признаки классификации товаров.

Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Особенности формирования ассортимента товаров в организациях торговли.

Принципы формирования ассортимента товаров организаций. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров. Их классификация, характеристика. Требования к формированию ассортимента товаров в розничных организациях. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам: сущность, преимущества, признаки группировки товаров в потребительские комплексы. Классификация потребительских комплексов.

Ассортиментный перечень розничного торгового объекта. Порядок его разработки и утверждения. Контроль за соблюдением ассортиментного перечня.

Показатели состояния и развития ассортимента. Показатели устойчивости и полноты ассортимента товаров, их расчет и использование в процессе анализа и оценки коммерческой деятельности организации.

Тема 10. Коммерческая деятельность по организации розничной продажи и ее стимулированию

Содержание коммерческой деятельности по организации розничной продажи. Выбор организационных форм розничной торговли и методов продажи.

Системы обслуживания и методы розничной продажи: факторы выбора и подходы к оценке результативности.

Развитие форм организации и методов продажи товаров. Коммерческие преимущества электронной коммерции, характеристика основных видов.

Сущность и цели коммерческой деятельности по стимулированию продаж. Характеристики ценовых и неценовых подходов к стимулированию продаж. Стимулирование продаж как сопутствующая функция продажи товаров. Контроль и оценка результатов стимулирования продаж.

Услуги и сервис в розничной торговле как «обрамление» продаж и важное направление стимулирования продаж.

Тема 11. Оценка результативности коммерческой деятельности

Система показателей, характеризующих коммерческую деятельность.

Источники информации в оптовой и розничной торговых организациях для осуществления расчетов системы показателей коммерческой деятельности. Показатели оценки коммерческой деятельности по закупкам и реализации товаров, управлению ассортиментом товаров, товарными запасами, качеством торгового обслуживания и др.

Использование результатов оценки коммерческой деятельности по ее направлениям для разработки путей повышения ее эффективности.

Тема 12. Формирование инфраструктуры товарных рынков

Понятие и характеристика товарного рынка. Классификация товарных рынков.

Сущность и содержание инфраструктуры. Место инфраструктуры в системе производственно-экономических отношений. Состав инфраструктуры как целостной обслуживающей системы.

Инфраструктура товарного рынка: сущность, условия развития, основные элементы. Субъекты инфраструктуры товарного рынка.

Оценка современного состояния инфраструктуры товарных рынков и основные проблемы ее развития в Республике Беларусь.

Тема 13. Оптовая торговля в инфраструктурном комплексе товарного рынка

Товародвижение: понятие, принципы организации, участники. Торгово-посредническая деятельность, ее сущность, условия применения.

Оптовая торговля. Сущность и эволюционная трансформация категории «оптовая торговля». Функции и задачи оптовой торговли.

Виды оптовых посредников (независимые и зависимые, с полным и ограниченным циклом обслуживания), их роль и функции. Организаторы оптового оборота.

Роль государства в регулировании продовольственного рынка и решении проблемы обеспечения продовольственной безопасности. Оптовые продовольственные рынки. Место и значение оптовых продовольственных рынков в экономике стран. Задачи, специализация и порядок организации оптовых продовольственных рынков. Зарубежная практика развития систем оптовых продовольственных рынков.

Опыт создания и перспективы развития сети продовольственных рынков в Республике Беларусь.

Мелкооптовая продажа через магазины-склады типа «cash and carry».

История появления и опыт развития магазинов-складов в США и Германии.

Развитие магазинов-складов по мелкооптовой продаже в Республике Беларусь. Правила работы магазинов-складов: понятие, специализация, отличительные особенности, преимущества.

Торговый дом: понятие, цели создания, функции. Классификация торговых домов в зарубежной практике. Особенности организационной структуры.

Развитие торговых домов в Республике Беларусь.

Тема 14. Ярмарки и выставки в инфраструктурном обеспечении товарного рынка

Ярмарка: понятия, виды, классификация. Специфические особенности и преимущества ярмарочной торговли.

Организация проведения ярмарок. Инициаторы, организаторы и участники ярмарок. Формирование Национального календаря выставок (ярмарок). Процедура информирования участников о проведении ярмарок и выставок.

Подготовка участников к оптовой ярмарке. Организация работы оптовой ярмарки. Содержание коммерческой работы продавцов и покупателей.

Выставка: понятие, специфические особенности. Порядок проведения выставок-продаж в Республике Беларусь.

Эффективность ярмарочно-выставочной деятельности.

Тема 15. Товарные биржи

Биржевая торговля: понятие, отличительные особенности.

Государственное регулирование биржевой деятельности: Закон Республики Беларусь «О товарных биржах» от 5 января 2009 г. № 10-3. Правила биржевой торговли на товарных биржах. ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа».

Организация работы биржи. Порядок учреждения и ликвидация деятельности товарной биржи. Устав товарной биржи. Права и обязанности членов биржи. Участники и посетители биржевых торгов. Основные структурные подразделения биржи.

Биржевые сделки: понятия, отличительные особенности. Понятие биржевого товара. Виды биржевых сделок: сделка с наличным товаром, срочные сделки. Содержание форвардной и фьючерсной сделок.

Правила биржевой торговли. Биржевые торги и порядок их проведения. Брокеры, маклеры, дилеры и их роль.

Тема 16. Аукционы

Аукционная торговля: понятие, отличительные особенности, история развития. Аукционы: понятие, классификация, участники.

Этапы проведения аукциона. Подготовка к проведению аукциона: оформление соответствующих документов, формирование лотов и стрингов, каталогов. Работа с владельцами и потенциальными покупателями.

Проведение аукциона: техника проведения, права и функции участников торгов.

Заключительный этап. Оформление аукционной сделки, порядок передачи товара (лота) покупателю. Расчет аукционной выручки и аукционного дохода.

Развитие аукционной торговли в Республике Беларусь. Опыт участия Белкоопсоюза в мировых аукционах.

Тема 17. Конкурсные торги как инструмент проведения государственных закупок

Зарубежный опыт осуществления государственных закупок на основе конкурсных торгов. Прокьюремент: понятие, отличительные особенности, принципы.

Порядок проведения государственных закупок в Республике Беларусь, их правовое регулирование, отличительные особенности.

Государственные закупки: понятие, виды процедур и условия их применения: открытый и закрытый конкурс, электронный аукцион, процедура запроса ценовых предложений, процедура закупки из одного источника, биржевые торги. Порядок оформления документации при различных видах процедур.

Порядок размещения и публикации информации о государственных закупках.

Комиссия: назначение, состав, функции.

Тема 18. Инфраструктура розничной торговли

Торговая инфраструктура: состояние и тенденции развития.

Рынки: понятие, классификация. Развитие рынков в Республике Беларусь. Правила торговли и отличительные особенности торговой деятельности на рынках.

Состояние и развитие фирменной торговли в Республике Беларусь. Фирменный магазин: понятие, задачи, функции. Положение о фирменном магазине.

Придорожный сервис в Республике Беларусь: понятие, предпосылки развития, состояние и направления развития.

Тема 19. Система информационного обеспечения товарных рынков

Структура информационной инфраструктуры: информационная система государственной статистики; информационная система административных служб; информационные базы данных коммерческо-

го типа; информационные технологии, обеспечивающие электронную торговлю. Маркетинговые и информационно-коммерческие центры: их роль и функции. Консалтинговые организации, их задачи и функции.

Торгово-промышленная палата как общественный институт инфраструктуры товарного рынка: роль, функции и задачи.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО РАЗДЕЛУ I ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Коммерческая деятельность как общественно необходимая функция процесса товарного обращения, ее цели и задачи. Элементы коммерческой деятельности. Взаимосвязь коммерческих и технологических функций торговли.

2. Понятие субъектов коммерческих операций, их международная классификация: фирмы, союзы предпринимателей, государственные органы, общественные организации. Субъекты коммерческих операций на внутреннем рынке Республики Беларусь.

3. Электронная коммерция: состояние и перспективы развития в Республике Беларусь.

4. Конфиденциальная информация и коммерческая тайна, их правовое регулирование и защита.

5. Комплексное изучение рынка как основа информационного обеспечения. Информация о товарах, спросе и предложении, конъюнктуре рынка, конкурентной среде и конкурентоспособности торгового предприятия. Ее использование в коммерческой работе.

6. Сущность и виды коммерческих решений. Требования к коммерческому решению, этапы их подготовки и принятия.

7. Роль и значение торговых переговоров в коммерческой деятельности, их виды, характеристика. Содержание процесса подготовки и проведения переговоров.

8. Формы ведения переговоров. Методы выхода из конфронтации.

9. Понятие «коммерческая корреспонденция», унификация и стандартизация коммерческих документов. Структура делового письма, требования к его составлению и оформлению. Виды коммерческой корреспонденции.

10. Сущность и система хозяйственных связей по поставкам товаров. Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров в Республике Беларусь. Обеспечение приоритета прав торговли перед промышленностью.

11. Виды хозяйственных договоров, используемых в коммерческой практике (договор купли-продажи, договор поставки, передача товара на консигнацию, дилерский, договор комиссии и др.), их сущность, значение и содержание.

12. Договор на поставку товаров как фундамент хозяйственных связей в условиях рыночной экономики. Содержание договора поставки и разработка его условий с позиции защиты интересов потребителя.

13. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам: сущность, содержание, краткая характеристика организационных форм (ярмарочной, аукционной, биржевой, через торговые дома).

14. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров, характеристика основных форм и методов.

15. Торговый ассортимент розничной торговой организации как целевая установка всего процесса продвижения товаров к потребителю. Показатели оценки ассортимента в розничной торговле. Факторы, определяющие формирование торгового ассортимента в розничной торговле.

16. Принципы, этапы процесса управления торговым ассортиментом в розничной торговле.

17. Ассортиментная политика организаций розничной торговли в современных условиях. Особенности ассортиментной политики потребительской кооперации.

18. Особенности и содержание коммерческой деятельности в розничной торговле и факторы, влияющие на ее организацию.

19. Выбор оптимальных форм и методов розничной продажи товаров и обслуживания покупателей. Современные магазинные и внемагазинные формы продажи товаров. Сравнительная характеристика методов продажи.

20. Коммерческая деятельность по стимулированию продажи товаров, характеристика основных методов.

21. Коммерческий риск: понятие, виды, основные элементы и черты. Организация управления коммерческим риском на предприятии. Этапы процесса управления коммерческим риском. Основные методы предупреждения и снижения риска. Характеристика широко используемых и наиболее эффективных методов предупреждения и снижения риска.

22. Понятие «коммерческой стратегии». Задачи стратегического планирования и управления коммерческой деятельностью. Этапы разработки коммерческой стратегии предприятия.

23. Современные информационные технологии в коммерческой деятельности, их характеристика.

24. Понятие биржи, ее отличительные особенности. Организационная, экономическая и юридическая основа деятельности биржи. Цели и задачи товарной биржи. Признаки, классификация бирж и их краткая характеристика.

25. Этапы и особенности развития биржевой торговли в Республике Беларусь. Правовое регулирование биржевой торговли в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь «О товарных биржах» от 5 января 2009 г. № 10-3.

26. Биржевой товар: понятие, требования к нему. Биржевая сделка: понятие, особенности, цели совершения, классификация.

27. Биржевые посредники: брокеры, маклеры, дилеры, их роль и функции в организации биржевой торговли.

28. Порядок подготовки биржевых торгов: выставление и снятие товаров с торгов, формирование плана торгов. Порядок проведения биржевых торгов. Оформление и регистрация биржевых сделок.

29. Возникновение и развитие аукционов. Понятие аукциона. Классификация аукционов.

30. Этапы и технология проведения аукционного торга, подготовительный этап проведения аукциона. Оформление необходимой документации, технология и специфика проведения аукциона.

31. Порядок осуществления государственных закупок в Республике Беларусь в соответствии с Законом Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» от 13 июля 2012 г. № 419-3: принципы, основные понятия, этапы проведения.

32. Основные процедуры государственных закупок, характеристика, условия применения и порядок выбора поставщика.

33. Порядок размещения (публикации) информации о государственных закупках и актов законодательства о государственных закупках на официальном сайте. Комиссия, создаваемая заказчиком при проведении государственных закупок; ее роль, задачи, состав, организация работы.

34. Состояние и направления развития инфраструктуры розничной торговли Республики Беларусь.

35. Информационные рынки: понятие, состав, структура. Перечень информационных услуг.

36. Белорусская торгово-промышленная палата в инфраструктурном комплексе: роль, задачи, принципы работы, порядок учреждения,

организационное построение и правовое регулирование; основные направления ее деятельности на современном этапе.

37. Выгодные и невыгодные для покупателя условия поставки. Существенные условия для договора и порядок их установления.

38. Хозяйственный договор по классификационным признакам (вид договора, ведомственная подчиненность, структура, срок действия), существенные условия поставки.

39. Сопоставление оформления сторонами вводной и заключительной частей с учетом предъявляемых требований и определение выгодных и дискриминационных условий для покупателя.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Бобович, А. П. Автоматизированная система управления коммерческой деятельностью : курс лекций / А. П. Бобович. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2005. – 60 с.

Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность : учеб. / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – Минск : Выш. шк., 2008. – 352 с.

Гражданский кодекс Республики Беларусь : офиц. изд. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2003. – 621 с.

Гурская, С. П. Коммерческая деятельность на оптовом рынке : курс лекций / С. П. Гурская. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2008. – 160 с.

Гурская, С. П. Товарные ресурсы : текст лекций / С. П. Гурская. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2002. – 80 с.

Ефимов, И. Р. Стратегия и тактика управления коммерческой сделкой : учеб. пособие / И. Р. Ефимов. – М. : Дело, 2002. – 536 с.

Ибрагимов, Л. А. Инфраструктура товарного рынка : учеб. пособие / Л. А. Ибрагимов. – М. : ПРИОР, 2001. – 256 с.

Инфраструктура товарного рынка : учеб.-метод. комплекс / С. П. Гурская [и др.] ; под общ. ред. С. П. Гурской. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2015. – 204 с.

Козье, Д. Электронная коммерция [пер. с англ.] / Д. Козье. – М. : Рус. ред., 1999. – 288 с.

Манько, А. В. Коммерция : учеб.-метод. пособие / А. В. Манько. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 256 с.

Масленников, В. В. Биржевое дело : учеб. пособие / В. В. Масленников. – М. : Инфра-М, 2000. – 304 с.

Минько, Э. В. Основы коммерции : учеб. пособие / Э. В. Минько, А. Э. Минько. – СПб. : Питер, 2013. – 336 с.

Мишина, Л. А. Документация. Делопроизводство / Л. А. Мишина. – Минск : Амалфея, 2008. – 452 с.

Новиков, О. А. Организация оптово-продовольственных ярмарок : учеб. / О. А. Новиков. – М. : Дашков и К^о, 2002. – 286 с.

О Белорусской универсальной товарной бирже : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 дек. 2003 г. № 1719 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004. – № 3. – С. 62.

О государственных закупках товаров (работ, услуг) : Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г. № 419-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

О мерах по развитию биржевой торговли на товарных биржах : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 16 июня 2004 г. № 714 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004. – № 103. – С. 48–49.

Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности : учеб. / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – М. : Юнити-Дана, 2002.

Петухова, Н. Г. Эффективность коммерческой деятельности розничного торгового предприятия в условиях развития рыночных отношений : текст лекции / Н. Г. Петухова. – Гомель : ГКИ, 2000. – 67 с.

Пигунова, О. В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко. – Минск : Выш. шк., 2014. – 255 с.

Подобед, Н. А. Формирование придорожного сервиса в Республике Беларусь / Н. А. Подобед. – Минск : Право и экономика, 2010. – 109 с.

Положение о порядке организации выставок, выставок-ярмарок и ярмарок : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 23 апр. 2012 г. № 384 (в ред. от 22 июля 2014 г. № 702) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

Положение о поставках товаров в Республике Беларусь : постановление Кабинета Министров Респ. Беларусь от 8 июля 1996 г. № 444 // О поставках товаров в Республике Беларусь: норматив. правовые акты Респ. Беларусь. – Минск : ДИКТА, 2005. – 28 с.

Положение об организации договорной и претензионно-исковой работы в организациях потребительской кооперации : постановление Правления Белкоопсоюза от 24 апр. 2014 г. № 107. – Минск : Белкоопсоюз, 2014. – 26 с.

Разу, М. Л. Договорная работа: организация, технология, управление : учеб.-практ. пособие / М. Л. Разу, И. В. Цветков. – М. : ФБК-Пресс, 2005. – 224 с.

Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2015. – 227 с.

Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление : учеб. пособие / под ред. А. А. Есютина и Е. В. Карповой. – М. : КноРус, 2008. – 424 с.

Советов, Б. Я. Информационные технологии : учеб. / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. – Минск : Выш. шк., 2006. – 263 с.

Федько, В. П. Инфраструктура товарного рынка : учеб. / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н/Д : Феникс, 2000. – 512 с.

Хвалей, М. К. Делопроизводство и деловая (торговая) корреспонденция : учеб. пособие / М. К. Хвалей. – Минск : БГЭУ, 2002. – 253 с.

Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учеб. пособие / В. П. Чеглов. – М. : Вуз. учеб. ; Инфра-М, 2014. – 288 с.

Шелег, Н. С. Тендерные торги: теория, практика, документация : курс лекций / Н. С. Шелег, А. В. Калинушкин. – Минск : БГЭУ, 2006. – 248 с.

Шканова, О. Н. Инфраструктура товарного рынка : учеб. пособие / О. Н. Шканова. – Киев : Центр науч. лит., 2006. – 320 с.

Раздел II. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

Тема 1. Торговля в социально-потребительском комплексе

Торговля как отрасль экономики. Торговля как предпринимательская деятельность. Субъекты и объекты торговли.

Оптовая и розничная торговля и их роль в сфере товарного обращения. Функции оптовой и розничной торговли. Виды торговли по формам собственности. Виды торговли с учетом территорий, на которых осуществляются торговые операции.

Состояние и направления развития торговли в современных условиях. Реализация государственной политики в сфере внутренней торговли Республики Беларусь. Законодательство Республики Беларусь о торговле.

Тема 2. Организационное построение торговли Республики Беларусь

Сущность организационного построения торговли. Структура торговой отрасли. Признаки организационного построения торговли республики: административно-территориальный, товарно-отраслевой, ведомственной подчиненности. Принципы организационного построения.

Отраслевая инфраструктура торговли как система субъектов, находящихся в отношениях как непосредственного подчинения, так и государственного регулирования в рамках установленных полномочий. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, задачи, функции. Организация управления в системе Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Единая система органов управления торговлей. Органы управления торговлей областных исполкомов и Минского горисполкома. Органы управления торговлей городских и районных исполнительных комитетов. Торговые системы Республики Беларусь.

Система потребительской кооперации. Понятие потребительской кооперации. Потребительская кооперация как хозяйственная система универсального типа. Основные задачи потребительской кооперации. Потребительское общество. Областные союзы потребительских обществ. Белорусский республиканский союз потребительских обществ (Белкоопсоюз). Направления деятельности и развития потребительской кооперации.

Торговая организация. Признаки торговой организации. Организационно-правовые формы торговых организаций: хозяйственные товарищества, хозяйственные общества (ООО, ОАО, ОДО, ЗАО), унитарные предприятия, производственные кооперативы.

Тема 3. Организация проектирования, строительства и реконструкции торговых объектов

Порядок получения разрешения и прав на проектирование. Требования к строительному проектированию. Нормативные документы по организации архитектурно-строительного проектирования.

Проектная документация: архитектурный проект, градостроительный проект, строительный проект. Назначение проектной документации.

Оформление договора на проектирование. Инженерные изыскания: топографо-геодезические, геологические, гидрогеологические, гидрометеорологические, почвенные, санитарно-гигиенические, технико-экономические. Информация заказчика. Стадии и этапы проектирования. Двухстадийное проектирование. Одностадийное проектирование. Разработка, согласование, экспертиза, корректировка, утверждение архитектурного (строительного) проекта. Качество проектирования. Получение разрешения на производство строительно-монтажных работ.

Организация строительных работ в условиях реконструкции. Расширение действующего торгового объекта. Реконструкция действующего торгового объекта. Организация ремонта торговых объектов.

Тема 4. Организация товароснабжения торговых организаций

Понятие и сущность товароснабжения торговых организаций. Цели и задачи товароснабжения. Участники товароснабжения и их функции. Задачи рациональной организации снабжения торговых организаций товарами. Роль и место оптовых торговых организаций в организации товароснабжения. Товародвижение как составляющая товароснабжения.

Принципы организации снабжения товарами торговых организаций (плановость, бесперебойность, ритмичность, оперативность, технологичность, централизация, экономичность). Факторы, влияющие на организацию товароснабжения и товародвижения (производственные, транспортные, торговые, социально-экономические).

Методы доставки товаров (централизованный, децентрализованный), их сущность, преимущества и условия применения. Графики и маршруты доставки товаров. Порядок заказа товаров. Расчет количества товара, подлежащего текущему завозу. Оптимальный размер заказа. Информационно-диспетчерские службы поставщиков и получателей товаров и их роль в организации товароснабжения. Компьютерные системы и цепочка поставок. Зарубежный опыт организации снабжения товарами торговых организаций.

Тема 5. Транспортно-экспедиционное обслуживание организаций торговли и организация перевозок товаров

Транспортно-экспедиционное обслуживание организаций торговли, его содержание и виды. Предприятия, осуществляющие транспортно-экспедиционное обслуживание перевозок товаров. Правила транспортно-экспедиционного обслуживания в Республике Беларусь.

Роль транспорта в организации товародвижения. Задачи транспортной отрасли в области перевозки грузов. Единая транспортная система страны. Виды транспорта и транспортных средств, используемых для перевозки товаров народного потребления. Значение каждого вида транспорта для перевозки товаров. Особенности использования отдельных видов транспорта и экономическая целесообразность их применения при выборе транспорта для организации перевозок. Факторы, определяющие выбор вида транспорта (экономические, отраслевые).

Регулирование взаимоотношений транспортной организации, грузоотправителя и грузополучателя. Транспортные договоры. Основные перевозочные документы.

Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом и нормативные документы, ее регулирующие. Классификация перевозок в зависимости от участия станций железных дорог. Понятие отправки. Виды отправок. Планирование перевозок грузов железной дорогой.

Организация обслуживания на автомобильном транспорте. Роль, место и использование автомобильного транспорта в перевозках товаров народного потребления. Нормативные документы, регулирующие организацию автомобильных перевозок грузов. Классификация автомобильных перевозок и автомобильных средств, используемых для перевозки товаров народного потребления. Определение необходимого количества и вида автомобилей для организации перевозки товаров грузоотправителем. Договор автомобильной перевозки.

Технология процесса перевозки: прием груза к перевозке. Маркировка и пломбирование груза, загрузка автомобиля, оформление документов, осуществление процесса перевозки и доставка груза грузополучателю, разгрузка автомобиля и расчеты за перевозку.

Показатели эффективности использования автотранспортных средств, отражающие степень использования подвижного состава и результаты его работы. Показатели степени использования подвижного состава: коэффициент технической готовности, коэффициент выпуска под-

вижного состава на линию, коэффициент использования автомобилей, коэффициент статического использования грузоподъемности, коэффициент динамического использования грузоподъемности, коэффициент использования пробега. Показатели результатов работы автомобиля (количество поездок за смену, производительность подвижного состава).

Тема 6. Товарные склады в торговле, их устройство и планировка

Понятие товарного склада и складского хозяйства. Основное назначение складского хозяйства. Роль складов в товарном обращении. Функции складов.

Классификация складов. Склады класса А, В, С и D.

Состояние и тенденции развития товарных складов. Опыт развития товарных складов за рубежом.

Требования к рациональному устройству и удобной эксплуатации складских зданий. Требования к объемно-планировочным, конструктивным и архитектурно-строительным решениям современных складских зданий.

Складские помещения, их классификация и взаимосвязь. Характеристика операционных площадей (помещений для хранения, приемки, отпуска товаров). Состав и характеристика вспомогательных, подсобно-технических и административно-бытовых помещений складов.

Методика расчета площади и емкости общетоварного склада, площади холодильника и плодоовощехранилища.

Тема 7. Организация технологических процессов на складах

Понятие технологического процесса на складе. Содержание складского технологического процесса. Виды складских операций (поступление, хранение, отпуск товаров). Факторы, влияющие на содержание и объем технологического процесса на складах.

Организация приемки товаров по количеству и качеству. Порядок приемки товаров на подъездных железнодорожных путях в вагонах или контейнерах. Разгрузка транспортных средств. Доставка товара в зону приемки. Документы, регулирующие приемку товаров по количеству и качеству. Оформление приемки товаров. Ведение журнала регистрации принятых товаров.

Перемещение товара к местам хранения. Операции по размещению и хранению товаров. Требования хранения. Подходы к размещению товаров на складе. Способы размещения грузов (товаров) в складских помещениях. Укладка товаров на местах хранения и предъявляемые к ней требования. Потери товаров при хранении и пути их сокращения.

Организация отпуска товаров со склада. Методы отборки товаров (индивидуальный, комплексный). Операции по отпуску товаров со склада. Формы отпуска товаров со склада.

Управление складским технологическим процессом. Средства управления: компьютерная техника, информационно-диспетчерская служба, технологические карты, графики. Автоматизация технологических процессов на складах. Подходы к автоматизации.

Технико-экономические показатели работы склада: грузооборот и товарооборот склада, коэффициенты использования складской площади и вместимости склада, коэффициент оборачиваемости товаров на складе и др.

Тема 8. Построение и размещение розничной торговой сети

Понятие и сущность розничной торговой сети. Понятия «торговый объект» и «торговая сеть». Классификация торговых объектов и магазинов. Торговые объекты в розничной торговле (магазин, палатка, павильон, киоск, автомагазин, торговый автомат, лоток, тележка), условия их применения.

Магазины, их преимущества перед другими видами торговых объектов, роль в обслуживании населения. Классификация магазинов.

Типизация магазинов: понятие; основные признаки, определяющие тип магазина; значение в формировании торговой сети. Основные типы магазинов по торговле продовольственными и непродовольственными товарами.

Специализация магазинов: понятие, сущность, преимущества, направления. Факторы, влияющие на специализацию. Виды специализированных магазинов.

Структура розничной торговой сети. Показатели, характеризующие количественное и качественное состояние структуры розничной торговой сети.

Размещение розничной торговой сети в городской застройке. Задачи рационального размещения розничной торговой сети. Принципы размещения розничной торговой сети: равномерное, групповое,

функциональное размещение магазинов. Особенности построения и размещения сельской торговой сети.

Планирование развития и размещения розничной торговой сети: сущность, основные задачи. Методы определения потребности в торговых площадях (нормативный, технико-экономических расчетов, экономико-математические). Определение необходимого прироста розничной торговой сети.

Современные тенденции в организации розничной торговой сети за рубежом.

Тема 9. Устройство и технологические планировки розничных торговых объектов

Классификация торговых зданий. Общие требования к торговым зданиям.

Помещения торгового объекта (торговые и неторговые). Торговые помещения. Виды площадей торгового зала в зависимости от их функционального назначения. Виды технологических планировок торгового зала (линейная, островная, боксовая, выставочная, смешанная, свободная), их преимущества и недостатки.

Показатели эффективности использования площади торгового зала.

Тема 10. Организация технологических процессов в объектах розничной торговли

Понятие и сущность торгово-технологических процессов. Операции технологического процесса. Операции торгового процесса: продажа и обслуживание покупателей, расчет за товары. Основные схемы технологических процессов. Факторы, влияющие на выбор схемы технологического процесса торгового объекта. Требования и принципы рациональной организации технологических процессов.

Организация и технология приемки товаров. Порядок приемки товаров по количеству и качеству в магазине. Нормативные и товаросопроводительные документы, используемые при приемке товаров.

Распаковка и транспортировка товаров в места хранения, места подготовки товаров к продаже, торговый зал.

Организация и технология хранения товаров. Размещение товаров в помещениях для хранения. Способы хранения товаров. Приемы укладки товаров на технологическом оборудовании. Сроки хранения

товаров. Создание необходимых условий для сохранности товаров и контроль за их соблюдением.

Технология подготовки товаров к продаже. Содержание общих и специальных операций по подготовке товаров к продаже. Фасовка товаров.

Размещение товаров в торговом зале. Определение площади под конкретные товарные группы. Факторы, влияющие на размещение товаров. Принципы и основные правила размещения товаров в торговом зале.

Выкладка товаров в торговом зале. Задачи правильной выкладки. Виды выкладки: товарная, экспозиционная. Принципы выкладки товаров. Планограмма и ее роль при выкладке товаров.

Понятие «технологическая карта». Структура и содержание разделов технологической карты.

Потери товаров при организации технологического процесса. Нормируемые потери: естественная убыль, бой, лом, порча товаров при повреждении потребительской тары, технологические отходы. Ненормируемые потери. Порядок их списания. Пути сокращения потерь при осуществлении технологических процессов в магазине.

Тема 11. Организация магазинной формы продажи товаров

Порядок открытия магазина. Согласование режима работы магазина, ассортимента реализуемых товаров. Доведение информации о работе магазина до сведения покупателей. Права и обязанности продавцов.

Основные элементы операций продажи товаров в магазине. Содержание подготовительных и заключительных операций при продаже товаров. Процесс непосредственной продажи товаров и обслуживания покупателей.

Методы продажи товаров в магазинах: понятие, классификация. Основные методы розничной продажи товаров и их характеристика: самообслуживание, традиционное обслуживание, метод продажи по образцам, индивидуальное обслуживание, метод продажи по предварительным заказам.

Самообслуживание: понятие, значение в организации розничной продажи товаров, содержание торгово-технологического процесса, показатели эффективности. Методы расчета экономической и социальной эффективности внедрения самообслуживания.

Продажа товаров по предварительным заказам, образцам, с индивидуальным обслуживанием, в том числе с открытой выкладкой, их понятия, содержание торгово-технологического процесса, условия применения, правила продажи.

Рекомендации по применению различных методов продажи для конкретных товарных групп. Правила продажи отдельных видов товаров.

Организация торговли фирменных магазинов и фирменных секций. Требования к фирменному магазину и фирменной секции.

Зарубежный опыт организации продажи товаров в магазинах.

Тема 12. Организация внемагазинной формы продажи товаров

Сущность внемагазинной продажи товаров. Внемагазинные формы торгового обслуживания: продажа товаров на рынках и ярмарках, продажа через мелкорозничную торговую сеть, продажа товаров через передвижную торговую сеть, продажа товаров на дому у населения, продажа через торговые автоматы.

Продажа товаров на рынках. Классификация рынков в зависимости от ассортимента реализуемых товаров, покупателей товаров. Доведение информации о работе рынка до сведения продавцов и покупателей. Права и обязанности продавцов и администрации рынка.

Продажа товаров через объекты мелкорозничной торговой сети (палатки, киоски, летние кафе, мини-кафе, торговые автоматы). Порядок открытия и режим работы объектов мелкой розницы. Обязанности продавца. Основные операции торгового процесса. Товары, запрещенные к продаже через мелкорозничную сеть.

Осуществление разносной торговли. Ассортимент товаров, продаваемых посредством разносной торговли. Товары, запрещенные к продаже разносной торговлей. Обязанности продавца. Основные операции продажи при разносной торговле. Организация оплаты за товары.

Тема 13. Обслуживание покупателей в розничной торговой сети

Сервис в торговле. Услуги торгового сервиса. Понятие услуги. Понятие услуги розничной торговли. Характерные признаки услуг и их взаимосвязь. Основные и дополнительные услуги в торговле. Тре-

бования, предъявляемые к услугам розничной торговли. Классификация услуг розничной торговли.

Условия торгового обслуживания покупателей. Понятие культуры торговли, качества торгового обслуживания, культуры обслуживания. Элементы, характеризующие культуру торговли, качество торгового обслуживания, культуру обслуживания.

Методики и показатели оценки уровней культуры торговли, качества торгового обслуживания, культуры обслуживания.

Тема 14. Организация труда в торговле

Сущность труда работников торговли. Характер и особенности труда работников розничной торговли. Особенности труда работников товарных складов. Содержание организации труда. Формы организации труда в торговле: индивидуальная, коллективная.

Научная организация труда в торговле, ее понятие, задачи, принципы и основные направления.

Понятие рабочего места. Классификация рабочих мест в организациях торговли. Организация рабочего места и ее мероприятия: планировка (внешняя, внутренняя), оснащение. Работа по обслуживанию рабочих мест (подготовительно-заключительная, транспортная, хозяйственно-бытовая). Текущий ремонт и профилактическое обслуживание торгово-технологического оборудования; обеспечение работников спецодеждой, инвентарем и инструментами, упаковочными материалами.

Этапы работы по изучению и внедрению передовых методов и приемов труда. Методы изучения продолжительности операций и приемов: хронометраж (сплошной, выборочный), моментных наблюдений, фотография рабочего дня (индивидуальная и бригадная, независимая и самофотография).

Нормирование труда работников магазинов и складов, его сущность, состояние, задачи внедрения и дальнейшего совершенствования.

Рабочее время. Структура затрат рабочего времени работника. Оперативное время, потери рабочего времени по независящим от работника причинам, потери рабочего времени по зависящим от работника причинам. Трудовой процесс и его элементы. Изучение затрат времени работников. Оценка эффективности использования рабочего времени.

Табель учета выхода работников на работу и использование его данных для определения потерь рабочего времени.

Режим работы магазина: определение, порядок установления, виды.

Графики выхода на работу работников магазина. Виды графиков и порядок их составления, сроки их действия.

Условия труда. Санитарно-гигиенические, психофизиологические, эстетические и социально-психологические факторы, воздействующие на человека во время работы. Тяжесть труда, напряженность труда, утомление.

Формы и организация материальной ответственности за товары в магазинах и на складах.

Зарубежный опыт организации труда работников торговли.

Тема 15. Организация тарных операций в торговле

Понятие упаковки товаров. Роль упаковки в процессе товарного обращения. Функции упаковки. Требования, предъявляемые к упаковке (технические, технологические, экономические, эстетические, экологические).

Стандартизация и унификация упаковки. Задачи стандартизации упаковки. Типы унификации. Показатели качества упаковки. Маркировка упаковки (товарная, международная, специальная).

Организация работы с тарой в организациях розничной и оптовой торговли и службы, осуществляющие ее. Организация тарооборота и его документальное оформление. Расходы и потери по таре, их виды, резервы снижения. Виды доходов по операциям с тарой.

Зарубежный опыт работы с тарой.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО РАЗДЕЛУ II ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Состояние и направления развития внутренней торговли в современных условиях. Концепция реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания.

2. Сущность и принципы товароснабжения розничной торговой сети. Источники товароснабжения. Формы и методы товароснабжения розничной торговой сети и условия их применения.

3. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств. Правовое регулирование транспортно-экспедиционной деятельности в Республике Беларусь.

4. Организация перевозок товаров железнодорожным и автомобильным транспортом. Основные показатели эффективности использования автотранспортных средств.

5. Понятие товарного склада и складского хозяйства. Функции и задачи складов. Классификация складов. Техничко-экономические показатели работы склада.

6. Понятие и содержание технологического процесса на складе (классический подход и кросс-докинг). Принципы организации технологического процесса и факторы, влияющие на его содержание.

7. Технология поступления и приемки товаров на складе. Положение о приемке товаров в Республике Беларусь.

8. Розничная торговая сеть: понятие, виды розничных торговых объектов, условия применения. Показатели, характеризующие количественное и качественное состояние розничной торговой сети.

9. Специализация и типизация розничной торговой сети: понятие, направления, преимущества.

10. Размещение розничной торговой сети в городской застройке и сельской местности. Планирование развития розничной торговой сети.

11. Структура и содержание технологического процесса магазина. Схемы технологической планировки.

12. Основные элементы процесса продажи товаров в магазине. Правила поведения продавца.

13. Методы розничной продажи товаров в магазине: понятие, классификация. Традиционный метод, самообслуживание, по образцам, индивидуальное обслуживание, по предварительным заказам. Их краткая характеристика.

14. Самообслуживание: понятие, значение в организации розничной продажи товаров, содержание торгово-технологического процесса.

15. Расчет показателей эффективности от внедрения прогрессивных методов продажи.

16. Понятие услуги, их значение и специфические особенности. Предпосылки развития сферы услуг. Классификация и виды услуг в торговле.

17. Сущность и содержание культуры торговли, качества и культуры торгового обслуживания. Методики и показатели оценки качества и культуры торгового обслуживания.

18. Сущность труда работников торговли. Основные категории работников магазина. Разделение и кооперирование труда в торговле.

19. Научная организация труда и ее основные направления. Организация и обслуживание рабочих мест. Режим работы магазина.

20. Формы и организация материальной ответственности в торговле.
21. Роль тары в технологическом процессе. Требования, предъявляемые к таре, характеристика ее основных видов.
22. Организация оборота тары. Повышение эффективности работы с тарой.
23. Защита прав потребителей в Республике Беларусь: нормативная база, права потребителей, их реализация при торговом обслуживании, виды защиты.
24. Правовое регулирование торговой деятельности в Республике Беларусь. Требования, предъявляемые к торговым объектам, осуществляющим оптовую и розничную торговлю.
25. Мерчандайзинг: понятие, значение, правила, законы, виды.
26. Внешний вид магазина – первый уровень концепции мерчандайзинга. Характеристика составляющих: название, вывеска, оформление витрин и входной зоны, прилегающая территория.
27. Планировочные решения магазина: общие требования, сегментация торгового зала, появление «холодных» и «горячих» зон. Правило «золотого треугольника». Показатели эффективности использования торговой площади магазина.
28. Выкладка товаров: общие принципы, правила, концепции представления товаров. Основная и специальная выкладка товаров.
29. Применение POS-материалов в торговом зале: понятие, классификация, характеристика отдельных видов, условия их применения.

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ

Кроме теоретических вопросов в экзаменационных билетах предусматривается выполнение заданий, позволяющих применить полученные знания и умения для решения конкретных практических ситуаций. При этом студент должен пояснить и обосновать выводы.

В качестве примера приводится алгоритм решения некоторых ситуаций.

Ситуация 1. На товарном складе торговой организации при приемке партии бакалейных товаров обнаружена недостача. Приемка приостановлена. По условиям заключенного договора поставки составление двухстороннего акта в случае обнаружения недостачи обязательно.

Укажите, является ли вызов представителя поставщика обязательным; срок, в течение которого должно быть направлено уведомление

поставщику; способ направления уведомления поставщику; сведения, которые должны быть указаны в уведомлении о вызове представителя продавца.

Решение

В соответствии с пунктом 7 Положения о приемке товаров по количеству и качеству, утвержденного Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 3 сентября 2008 г. № 129, определено следующее:

- При выявлении недостачи в случае необходимости составления двустороннего акта вызов представителя является обязательным.
- Вызов представителя продавца осуществляется посредством направления ему уведомления не позднее 24 ч после обнаружения недостачи, если иные сроки не установлены договором.
- Уведомление направляется по телеграфной, телетайпной, факсимильной или другому средству срочной связи.
- В уведомлении о вызове представителя продавца указываются наименование товара, транспортные номера и номера сопроводительных документов; количество недостающего товара и его стоимость, характер недостачи; состояние пломб; время, на которое назначена совместная двухсторонняя приемка по количеству.

Ситуация 2. Покупательница приобрела в универмаге в начале октября зимние сапоги. При продаже зимней обуви был установлен гарантийный срок носки – 60 дней. Покупательница сразу после покупки начала использовать обувь. В конце октября во время носки у нее сломался каблук. Покупательница обратилась в магазин с просьбой осуществить безвозмездный ремонт. Однако продавец ей отказала, ссылаясь на то, что покупательница не имеет право на безвозмездный ремонт, так как начала носить сапоги раньше установленных сезонных сроков носки обуви. Возникла конфликтная ситуация.

Объясните правомерность действий покупателя и продавца.

Решение

Покупательница оказалась перед фактом приобретения некачественного товара. На данный товар установлен гарантийный срок носки.

Покупатель в соответствии с пунктом 1 статьи 21 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 8 июля 2008 г. № 366-З имеет право предъявлять требования в отношении товара в течение гарантийного срока носки.

В соответствии с пунктом 3 статьи 21 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 8 июля 2008 г. № 366-З гарантийные сроки носки для зимней обуви исчисляются с 15 ноября. Поскольку покупательница начала эксплуатировать обувь в октябре, т. е. до начала наступления зимнего сезона, то гарантийный срок исчисляется со дня начала использования товара, заявленного покупателем.

В данном случае продавец не прав и требования покупательницы в отношении безвозмездного ремонта должны быть удовлетворены.

Ситуация 3. Рассчитайте показатели эффективности использования торговой площади магазина «Минимаркет», работающего по методу самообслуживания, исходя из следующих данных:

- общая площадь магазина – 250 м²;
- площадь торгового зала магазина – 130 м²;
- площадь, занятая под торговым оборудованием (установочная), – 30 м²;
- экспозиционная площадь – 70 м².

Решение

Показателями, характеризующими эффективность использования торговой площади магазина, являются следующие:

- коэффициент установочной площади, равный 0,23 (30 : 130), рекомендуемый показатель – 0,28–0,35;
- коэффициент экспозиционной площади, равный 0,54 (70 : 130), рекомендуемый показатель должен быть не ниже 0,75;
- коэффициент емкости оборудования, равный 2,35 (0,54 : 0,23), рекомендуемый показатель должен быть не ниже 2,5;
- доля торговой площади магазина в общей площади магазина, составляющая 52% (130 : 250 · 100) (в отечественной практике соотношение торговой и неторговой площади составляет 50 : 50).

Показатели установочной, экспозиционной площади ниже рекомендуемых нормативов, что свидетельствует о неэффективном использовании торговой площади магазина.

Необходимо дополнительно установить торговое оборудование для выкладки товаров; пересмотреть выкладку товаров (правила, способы) с целью лучшего использования полочного пространства; шире использовать паллетную выкладку товаров.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

О защите прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

Организация и технология торговли : учеб. / С. Н. Виноградова [и др.] ; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Выш. шк., 2009. – 479 с.

Положение о приемке товаров по количеству и качеству : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 3 сент. 2008 г. № 1290 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

Правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 7 апр. 2014 г. № 384 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

Правила осуществления розничной торговли по образцам : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 15 янв. 2009 г. № 31 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

Правила создания и функционирования рынков : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 16 июля 2014 г. № 686 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

Смагин, Д. А. Оборудование объектов торговли и общественного питания : учеб. пособие / Д. А. Смагин, И. Ю. Давидович, И. Н. Смагина. – Минск : ИВЦ Минфина, 2008. – 467 с.

Терещенко, К. Основы розничной торговли. Международный опыт в практических решениях / К. Терещенко. – М. : Изд-во А. Жигульского ; Рус. проф. изд-во, 2007. – 288 с.

Управление продажами : учеб. пособие / С. П. Гурская [и др.] ; под общ. ред. С. П. Гурской. – Минск : Выш. шк., 2015. – 309 с.

Ферни, Дж. Принципы розничной торговли / Дж. Ферни, С. Ферни, К. Мур. – М. : Олимп-Бизнес, 2008. – 416 с.

Раздел III. ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Тема 1. Основные этапы развития торговли в Беларуси

Роль и место экономической науки в развитии рыночных отношений. Сущность и предмет учебной дисциплины «Экономика торговли». Место учебной дисциплины в системе общеэкономических дисциплин, взаимосвязь с другими специальными дисциплинами. Теоретические и методологические основы учебной дисциплины «Экономика торговли» как отраслевой экономической науки.

Задачи и структура учебной дисциплины, роль в формировании предпринимательского мышления.

Место и роль торговли в экономической жизни общества. Особенности развития торговли в инновационной экономике. Перспективы социально-экономического развития торговли.

Тема 2. Торговля в период перехода к рыночной экономике

Необходимость, цели, задачи и основные направления реформирования торговли. Государственное регулирование торговой деятельности.

Предпринимательская деятельность: понятие, принципы, объекты, субъекты и формы предпринимательской деятельности.

Малый бизнес и его особенности. Критерии отнесения субъектов торговли к малому бизнесу.

Риски в торговле. Формы государственной поддержки и стимулирования развития предпринимательства в современных условиях.

Тема 3. Торговля в системе национальной экономики

Товарное обращение в системе рыночных отношений. Формы товарного обращения.

Торговля как вид предпринимательской деятельности и отрасль национальной экономики. Функции и задачи торговли. Экономические связи торговли с другими отраслями национальной экономики. Виды торговой деятельности. Розничная и оптовая торговля: понятие и особенности. Внутренняя торговля, ее функции. Формы торговли и их характеристика. Принципы и особенности функционирования торговли. Классификация торговли по видам деятельности, организационно-правовым формам.

Понятие организации торговли. Критерии и признаки организации торговли. Основные торговые системы Республики Беларусь.

Экономические условия, влияющие на эффективность торговой деятельности. Экономические предпосылки и принципы устойчивого развития торговли в условиях инновационного роста экономики.

Состояние и основные тенденции развития торговли потребительской кооперации Республики Беларусь на современном этапе. Основные направления развития торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.

Тема 4. Экономическая среда торговых организаций

Среда функционирования торговли. Внешняя и внутренняя среда функционирования торговли. Факторы прямого и косвенного воздействия внешней среды на результаты торговой деятельности.

Стратегии, реализуемые во внешней и внутренней сферах деятельности организации. Стратегия поведения организаций торговли на потребительском рынке.

Тема 5. Научные основы прогнозирования и планирования торговли

Сущность планирования торговли. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование. Основные принципы планирования в торговле. Методы планирования. Содержание планов экономического и социального развития торговли. Роль экономического анализа в прогнозировании и планировании торговли.

Тема 6. Потребности, спрос, потребление

Понятие потребностей, потребления и спроса населения. Закономерности и тенденции, характеризующие процесс развития покупательского спроса.

Потребности как исходная предпосылка формирования потребительского рынка. Спрос как важнейший элемент рынка и форма проявления потребностей. Сущность и характеристика факторов, воздействующих на спрос.

Прогнозирование спроса. Методы прогнозирования спроса (экономико-статистические, нормативные, метод экспертных оценок).

Социальные нормативы как система основополагающих условий развития покупательского спроса в социально ориентированной рыночной экономике. Минимальный потребительский бюджет, потребительская корзина, минимальная заработная плата.

Исследование денежных доходов и расходов населения и их роль в выявлении спроса. Баланс денежных доходов и расходов населения. Сущность, значение и методика расчета покупательных фондов населения.

Тема 7. Предложение и формирование товарных ресурсов

Товарное предложение как экономическая категория и составной элемент рынка. Экономический механизм взаимодействия торговли, производства и потребительского рынка.

Понятие товарных ресурсов, их характеристика и источники формирования. Современный механизм, задачи и методы управления товарными ресурсами. Факторы, определяющие объем, структуру товарных ресурсов в условиях рыночной экономики.

Прогнозирование как элемент системы управления товарными ресурсами. Баланс формирования и использования товарных ресурсов, методы его разработки.

Тема 8. Конъюнктура рынка потребительских товаров и услуг, методы ее исследования

Рынок потребительских товаров и услуг: структура, элементы, виды, взаимосвязи и особенности его функционирования в современных условиях. Сущность и функции рынка. Показатели оценки состояния

потребительского рынка. Характеристика основных элементов потребительского рынка. Рыночные и нерыночные регуляторы рынка. Цена как элемент рынка и регулятор соотношения между спросом и предложением. Состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров и услуг в Республике Беларусь. Внешнеторговая деятельность Республики Беларусь и ее влияние на состояние внутреннего рынка.

Эластичность спроса и предложения от цены и доходов. Факторы, влияющие на эластичность спроса. Конъюнктура как экономическая категория, условие и ситуация, сложившаяся на рынке потребительских товаров и услуг. Мониторинг рынка: цели, задачи, организация, методы его исследования и прогнозирования. Емкость, доля и конъюнктура рынка: сущность, методика определения и значимость показателей в экономической работе. Современная конъюнктура потребительского рынка.

Тема 9. Товарооборот как экономическая категория

Товарооборот – количественный показатель состояния потребительского рынка, результат деятельности торговли. Экономические взаимосвязи и взаимообусловленности различных видов деятельности, отражаемые в показателе «товарооборот».

Виды и формы товарооборота и их характеристика. Валовой, оптовый, розничный, внешнеторговый товарооборот.

Экономические предпосылки развития товарооборота. Методы учета товарооборота.

Тема 10. Розничный товарооборот

Розничный товарооборот в системе экономических категорий и показателей эффективности национальной экономики и деятельности торговли потребительской кооперации.

Сущность товарооборота торговли как экономической категории и экономического показателя. Состав и структура товарооборота.

Классификация товарооборота торговли. Понятие физического объема розничного товарооборота и методика его исчисления. Показатели товарооборота, их взаимосвязь. Связь рыночного товарооборота со спросом на товары. Тенденции развития и характеристика розничного товарооборота потребительской кооперации Республики Бе-

ларусь. Факторы, определяющие объем, структуру и перспективы развития товарооборота.

Задачи, последовательность и информационная база экономического анализа розничного товарооборота. Анализ товарооборота по общему объему. Анализ ритмичности и равномерности осуществления торговой деятельности. Анализ ассортиментной структуры розничного товарооборота. Методика расчета количественного влияния факторов на изменение розничного товарооборота.

Резервы роста товарооборота в современных условиях и методы подсчета неиспользованных резервов для их учета при разработке мероприятий по наращиванию объема продаж и разработке перспективной стратегии развития розничного товарооборота.

Организация и порядок прогнозирования и планирования розничного товарооборота в современных условиях, его особенности в кооперативной торговле. Информационное обеспечение процесса планирования розничного товарооборота. Многовариантные подходы к экономическому обоснованию плана розничного товарооборота по общему объему. Выбор варианта оптимального плана розничного товарооборота – основа управленческих решений по товарообороту. Модель стратегического регулирования розничного товарооборота в рыночной экономике. Экономические границы деятельности торговли. Порядок разработки плана розничного товарооборота внутри года, по структурным подразделениям. Ассортиментная политика торговли, основы ее разработки и пути совершенствования.

Тема 11. Оптовый товароборот

Связь розничного товарооборота с оптовым. Развитие оптовой торговли в условиях рыночных отношений. Функции оптовой торговли. Понятие посреднической деятельности. Экономическая сущность, характеристика и классификация оптового товарооборота (по формам товародвижения, категориям покупателей, регионам, структуре и ассортименту). Посреднический товароборот, его сущность, отражение в отчетности.

Особенности анализа, прогнозирования и планирования общего объема и структуры оптового товарооборота в целом, в разрезе источников поступления товаров. Понятие звенности товародвижения. Определение зоны обслуживания оптовой торговли, товарооборота организаций-покупателей и участия оптовой торговли в его формиро-

вании. Методика определения излишнего (недостающего) оптового товарооборота в результате изменения звенности товародвижения.

Методы разработки плана оптового товарооборота. Порядок планирования оптового товарооборота по отдельным группам товаров (исходя из потребности зоны обслуживания и схем товародвижения, с помощью коэффициента эластичности изменений оптового и розничного товарооборота). Методика прогнозирования товарооборота по общему объему (исходя из товарооборота организаций-покупателей и звенности товародвижения, потребности в прибыли).

Резервы роста товарооборота оптовой торговли и пути рационализации товародвижения.

Тема 12. Механизм управления товарным обеспечением и товарными запасами

Товарные запасы как составная часть товарных ресурсов. Сущность, значение и классификация товарных запасов, характеристика их состояния. Показатели, характеризующие состояние и эффективность использования товарных запасов. Время и скорость товарного обращения. Понятие оборачиваемости товаров и ее значение в эффективном функционировании торговли.

Задачи, последовательность и информационная база анализа товарных запасов и товарооборачиваемости. Оценка состояния и динамика товарных запасов в целом и в разрезе товарных групп. Факторный анализ товарных запасов и товарооборачиваемости. Взаимосвязь скорости оборота товарных запасов и прибыльности торговли. Расчет оптимального времени обращения товаров. Резервы и пути ускорения оборачиваемости товаров.

Методы определения рациональных текущих товарных запасов. Методика планирования товарных запасов сезонного хранения и досрочного завоза. Оптимизация товарных запасов. Особенности анализа и расчета плановой величины товарных запасов в оптовой торговле.

Товарное обеспечение товарооборота, формы и механизм его формирования. Каналы поступления товарных ресурсов. Оценка поступления товаров по общему объему и структуре. Выбор методов закупки и поставщиков. Эффективность закупки товаров. Расчеты товарного обеспечения прогнозируемого товарооборота. Баланс розничного и оптового товарооборота, методика его разработки.

Тема 13. Трудовые ресурсы и оплата труда в торговле

Социально-экономическая сущность труда работников торговли. Формы регулирования трудовых отношений в торговле. Понятие, состав, структура трудовых ресурсов торговли. Понятие списочного состава, явочной, средней списочной и списочной численности работников. Производительность и эффективность труда в торговле: понятие, показатели и методы измерения. Оценка факторов, вызывающих изменение производительности труда. Пути повышения производительности труда. Показатели оценки эффективности труда.

Механизм и формы стимулирования труда. Принципы организации оплаты труда. Тарифная система оплаты труда, ее элементы. Формы и системы оплаты труда. Оплата труда торгово-оперативного персонала, руководящих работников, специалистов. Надбавки и доплаты компенсирующего и стимулирующего характера. Система премирования работников торговли.

Состав и структура средств, направляемых на оплату труда. Источники формирования средств на оплату труда.

План по труду и заработной плате, его содержание и исходные предпосылки для разработки. Нормативные и инструктивные материалы, используемые при планировании показателей по труду и заработной плате. Анализ показателей по труду (численности и состава работников торговли, производительности труда, фонда заработной платы). Индексная взаимосвязь основных показателей по труду и заработной плате. Планирование численности, производительности труда работников, фонда заработной платы в торговле.

Тема 14. Основные средства организаций торговли

Понятие и экономическая сущность основных средств, их состав и структура. Экономическая характеристика основных средств торговли, их классификация и особенности функционирования в системе потребительской кооперации Республики Беларусь.

Материально-техническая база как натурально-вещественная форма основных средств. Виды оценки основных средств. Показатели оценки состояния, развития и эффективности использования материально-технической базы и основных фондов организаций торговли. Методика анализа состояния материально-технической базы кооперативной торговли. Количественная оценка влияния факторов, определяющих развитие материально-технического потенциала торговли.

Основные направления повышения эффективности использования материально-технической базы.

Необходимость, сущность и формы воспроизводства основных средств. Инвестиции – главный источник формирования материальных ресурсов торговли. Инвестиционная политика в современных условиях. Источники финансирования инвестиций.

Методические основы планирования развития розничной торговой сети и складского хозяйства. Нормативы и методика расчета потребности в розничной сети и оптовых складах. Направления совершенствования материально-технической базы кооперативной торговли Республики Беларусь.

Тема 15. Оборотные средства торговли

Понятие, экономическое содержание оборотных средств организаций торговли. Классификация оборотных средств. Оборотные фонды и фонды обращения, их состав, назначение. Структура оборотных средств. Факторы, определяющие объем и структуру оборотных средств торговли. Задачи, механизм и выбор стратегии управления оборотными средствами в современных условиях. Показатели эффективности использования оборотных средств.

Методика анализа состояния и развития оборотных средств торговли. Количественная оценка факторов, влияющих на объем, структуру и эффективность использования оборотных средств торговли.

Планирование потребностей торговли в оборотных средствах. Расчет рациональных норм и нормативов оборотных средств по товарам, денежным средствам, прочим нормируемым активам.

Тема 16. Затраты и расходы в торговле

Экономическая сущность понятий «затраты», «расходы». Состав расходов. Расходы по видам деятельности. Экономическая характеристика расходов торговли потребительской кооперации.

Понятие расходов на реализацию и их роль в повышении рентабельности и конкурентоспособности торговли. Признаки классификации расходов на реализацию товаров (по характеру затрат, отраслям и видам деятельности, товарным группам, в зависимости от влияния товарооборота, объекта калькулирования затрат, способу распределения на товары и товарные группы, участию торговли в образовании стоимости).

Методика анализа расходов на реализацию в торговле. Факторы, влияющие на уровень расходов, методика их расчета. Методика анализа отдельных статей расходов на реализацию. Показатели эффективности использования текущих затрат. Методика планирования расходов на реализацию по общему уровню и отдельным статьям.

Социально-экономическое значение и необходимость оптимизации уровня расходов на реализацию. Режим экономии текущих затрат и его значение в условиях становления рыночных отношений. Механизм управления расходами торговли. Системы управления затратами и расходами.

Тема 17. Доходы торговли

Сущность, функции и виды доходов торговой деятельности. Направления использования доходов. Методика анализа доходов от торговой деятельности. Факторы, влияющие на доходность торговли, методика расчета их влияния. Особенности анализа уровня доходности торговли системы потребительской кооперации Республики Беларусь.

Методика экономического обоснования доходов торговли потребительской кооперации на перспективу. Методы планирования доходов. Экономическое обоснование размера торговых надбавок.

Методы определения показателей, характеризующих надежность прогнозных расчетов доходов торговли. Критическая величина доходов, коэффициент покрытия, запас финансовой прочности.

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

Тема 18. Прибыль и рентабельность

Сущность и источники формирования прибыли торговли. Функции и роль прибыли в укреплении финансового состояния торговли. Виды и показатели прибыли. Методика их исчисления. Порядок формирования, распределения и использования прибыли торговли.

Рентабельность как показатель социально-экономической эффективности торговли. Система показателей рентабельности и методика их расчета. Экономическая характеристика прибыли и рентабельности торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.

Методика анализа прибыли и рентабельности торговли. Факторы, влияющие на изменение прибыли и рентабельности, методика их расчета. Выявление неиспользованных резервов роста прибыльности.

Методические подходы к планированию прибыли торговли. Стратегическое управление прибылью торговли. Резервы и пути повышения прибыли и рентабельности торговли.

Тема 19. Экономический потенциал торговли и ее социально-экономическая эффективность

Эффективность как экономическая категория: понятие, сущность. Экономическая и социальная эффективность торговой деятельности: понятие, показатели экономического и социального эффекта.

Ресурсы, используемые для осуществления торговой деятельности, их характеристика. Критерии социально-экономической эффективности торговли. Методы расчета экономической эффективности. Ресурсный и затратный методы, их суть. Обобщающие и частные показатели социально-экономической эффективности торговли.

Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую эффективность. Задачи и значение повышения социально-экономической эффективности торговли в условиях инновационного развития экономики. Основные направления повышения эффективности кооперативной торговли.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО РАЗДЕЛУ III ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Торговля как вид предпринимательской деятельности. Виды и формы торговли, их характеристика.

2. Внешняя и внутренняя среда деятельности торговых организаций и ее влияние на результаты деятельности организации торговли.

3. Состояние и основные тенденции развития торговли на современном этапе.

4. Система экономических показателей, характеризующих состояние потребительского рынка товаров и услуг. Методика их расчета и практическая значимость.

5. Емкость, доля и конъюнктура рынка: сущность, методика определения и значимость в коммерческой работе.

6. Денежные доходы и покупательные фонды населения, их применение в практике деятельности торговых организаций в условиях рынка.

7. Платежеспособный спрос населения на товары и услуги. Эластичность покупательского спроса от доходов и ценового фактора, методика ее расчета.

8. Роль коммерческой службы в обеспечении сбалансированности спроса и предложения.

9. Товарные ресурсы, источники их образования. Роль коммерческой службы в образовании и управлении товарными ресурсами.

10. Товарное обеспечение розничного и оптового товарооборота в системе управления деятельностью торговой организации: анализ и планирование в условиях рыночной конкуренции.

11. Социально-экономическое значение и сущность розничного товарооборота. Факторы, влияющие на развитие розничного товарооборота.

12. Основные пути и резервы увеличения розничного товарооборота.

13. Методика анализа розничного товарооборота по общему объему и ассортиментной структуре.

14. Многовариантные подходы к экономическому обоснованию общего объема розничного товарооборота.

15. Оптовый товарооборот и факторы, его определяющие. Содержание и особенности анализа оптового товарооборота в условиях рыночной сбытовой политики.

16. Сущность и значение товарных запасов. Показатели, характеризующие состояние и эффективность использования товарных запасов. Роль коммерческой службы в нормализации товарных запасов.

17. Нормирование и планирование товарных запасов в розничной и оптовой торговле.

18. Товарное обеспечение товарооборота в системе управления хозяйственной деятельностью организаций торговли. Формирование и планирование товарного обеспечения.

19. Методика анализа товарных запасов, его особенности в условиях рыночной конкуренции. Разработка и принятие коммерческих решений по ускорению оборачиваемости товарных запасов.

20. Экономическая характеристика процесса товародвижения. Роль коммерческой службы в рационализации товародвижения.

21. Методика экономического обоснования плана оптового товарооборота и звенности товародвижения в условиях рыночной конкуренции.

22. Расходы торговых организаций: сущность, классификация и роль в повышении рентабельности и конкурентоспособности. Роль коммерческой службы в выявлении направлений оптимизации расходов на реализацию в торговле.

23. Доходы организации, классификация и экономическое значение в современных условиях. Источники образования доходов торговой организации.

24. Факторы, влияющие на изменение доходов от реализации товаров.

25. Методика экономического анализа доходов от реализации товаров.

26. Методы планирования доходов от реализации товаров, резервы их увеличения.

27. Сущность, виды прибыли торговых организаций. Роль прибыли как экономического показателя в условиях рыночной конкуренции.

28. Показатели рентабельности торговой деятельности, их экономическое содержание, порядок расчета и методика экономического анализа. Роль коммерческой службы в повышении рентабельности продаж.

29. Прибыль и рентабельность торговых организаций, факторы их определяющие.

30. Методика проведения факторного анализа прибыли и рентабельности. Роль коммерческой службы в повышении прибыли и рентабельности торговой деятельности.

31. Анализ эффективности использования основных средств торговых организаций. Роль коммерческой службы в повышении эффективности использования материально-технической базы организаций торговли.

32. Оборотные средства организаций торговли: понятие, экономическое содержание и показатели эффективности использования. Роль коммерческой службы в повышении эффективности использования оборотных средств.

33. Социально-экономическая сущность труда работников торговых организаций. Характеристика, источники формирования и тенденции использования трудовых ресурсов в торговле.

34. Эффективность и производительность труда работников торговых организаций.

35. Оплата труда работников торговли. Основные принципы организации заработной платы. Состав и структура фонда заработной платы.

36. Экономическая сущность показателей по труду и заработной плате и направления ее улучшения.

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ

Ситуация 1. Определите план розничного товарооборота райпо на предстоящий год, используя различные варианты планирования. На основе проведенных расчетов выберите наиболее оптимальный вариант плана.

Ожидаемый розничный товарооборот за текущий год должен составить 45 000 р.

Покупательные фонды населения в текущем году ожидаются в размере 59 210 р.

В планируемом году предполагается рост покупательных фондов на 8,7%, а также процента их охвата розничным товарооборотом – на 2,5%.

В планируемом году спрос населения из других районов ожидается в размере 5% от всего товарооборота райпо.

Желаемая сумма прибыли в плановом году составит 1 560 р. Плановая сумма условно-постоянных расходов на реализацию товаров – 800 р., сумма управленческих расходов – 58 р., уровень дохода от реализации в плановом году – 16,1%. Уровень условно-переменных расходов на реализацию товаров в плановом году ожидается в размере 7,3%.

Укажите, какова роль коммерческой службы в товарном обеспечении розничного товарооборота. Назовите возможные источники пополнения товарных ресурсов для райпо.

Решение

Первый вариант планирования розничного товарооборота – планирование с учетом покупательных фондов населения.

Процент охвата (%*O*) покупательных фондов (*ПФ*) розничным товарооборотом (*РТО*) определяется по следующей формуле:

$$%\hat{I} = \frac{D\hat{O}\hat{I}}{\hat{I}\hat{O}} \cdot 100.$$

Определим процент охвата (%*O*) покупательных фондов розничным товарооборотом в текущем году:

$$%\hat{I} = \frac{45\,000}{59\,210} \cdot 100 = 76\%.$$

Покупательные фонды в планируемом году составят: 59 210 × 1,087 = 64 361,27 р.

Процент охвата покупательных фондов розничным товарооборотом в планируемом году составит: $76 + 2,5 = 78,5\%$.

Планируемый розничный товарооборот ($PTO_{\text{план}}$) райпо с учетом прогнозного значения процента охвата определяется по следующей формуле:

$$\dot{D}\dot{O}_{\text{рай}}^{\hat{i}} = \frac{\% \hat{I} \cdot \dot{I}\dot{O}_{\text{рай}}}{100},$$

где PF_n – покупательные фонды в планируемом году, р.

Определим планируемый розничный товарооборот ($PTO_{\text{план}}$) райпо с учетом прогнозного значения процента охвата:

$$\dot{D}\dot{O}_{\text{рай}}^{\hat{i}} = \frac{78,5 \cdot 64\,361,27}{100} = 50\,523,6 \text{ д.}$$

Объем инорайонного спроса населения составит: $50\,523,6 \cdot 5 : 100 = 2\,526,18$ р.

Розничный товарооборот райпо в планируемом году составит: $50\,523,6 + 2\,526,18 = 53\,049,78$ р.

Второй вариант планирования РТО – расчет *точки безубыточности* ($T_{\hat{o}}$) (объема реализации товаров, обеспечивающего покрытие текущих затрат; прибыль не образуется) и *минимальной рентабельности* (T_p) (объема реализации товаров, обеспечивающего покрытие текущих затрат и образование минимальной прибыли).

Точка безубыточности ($T_{\hat{o}}$) определяется по следующей формуле:

$$\dot{O}_{\hat{o}} = \frac{D\dot{D}_{\text{пост}} + \dot{O}_{\text{уп}}}{\dot{O}_{\hat{o}} - \dot{O}_{\text{пр.пер}}} \cdot 100,$$

где $PP_{\text{пост}}$ – сумма расходов по условно постоянным статьям, р.;

$Y_{\text{уп}}$ – сумма управленческих расходов, р.;

$Y_{\hat{o}}$ – уровень доходов от реализации товаров, %;

$Y_{\text{пр.пер}}$ – уровень расходов по условно переменным статьям, %.

Определим точку безубыточности ($T_{\hat{o}}$):

$$\dot{O}_{\hat{o}} = \frac{800 + 58}{16,1 - 7,3} \cdot 100 = \frac{800 + 58}{8,8} \cdot 100 = 9\,750 \text{ д.}$$

Минимальная рентабельность (T_p) определяется по следующей формуле:

$$T_p = \frac{DD_{\text{т\ddot{o}}} + \acute{O}_{\text{i\ddot{o}}} + \check{I}_{\text{i\ddot{e}i}}}{\acute{O}_{\text{\ddot{a}}} - \acute{O}_{\text{\ddot{o}.i\ddot{a}\ddot{o}}}} \cdot 100,$$

где $P_{\text{мин}}$ – минимальный (желаемый) размер прибыли, р.

Определим минимальную рентабельность (T_p):

$$T_p = \frac{800 + 58 + 1\,560}{16,1 - 7,3} \cdot 100 = \frac{2\,418}{8,8} \cdot 100 = 27\,477,3 \text{ \%}.$$

Роль коммерческой службы в товарном обеспечении розничного товарооборота заключается в обеспечении реализации мероприятий, направленных на ускорение оборачиваемости товаров; расширении ассортимента перечня товаров; заключении договоров поставки товаров по различным источникам поступления, наиболее полно удовлетворяющим потребности населения; формировании заявок на основе изучения потребительского спроса населения и т. д.

Источниками пополнения товарных ресурсов являются собственное производство, закупки сельскохозяйственной продукции у населения, продукция индивидуальных предпринимателей и другие дополнительные источники.

Ситуация 2. Определите уровень и сумму расходов на реализацию товаров на планируемый год на основе следующих данных:

- В отчетном году розничный товарооборот составил по организации 45 000 р., расходы на реализацию товаров составили 7 650 р., в том числе условно-постоянные расходы – 3 100 р.

- В планируемом году товарооборот возрастет на 8%, а сумма условно-постоянных расходов – на 150 р. за счет увеличения расходов, связанных с содержанием розничной торговой сети. Определите размер и темп изменения уровня расходов на реализацию товаров в планируемом году по сравнению с отчетным годом.

Решение

PTO в планируемом году составит: $45\,000 \cdot 1,08 = 48\,600$ р.

Сумма переменных расходов на реализацию товаров в отчетном году составит: $7\,650 - 3\,100 = 4\,550$ р.

Уровень переменных расходов на реализацию товаров в отчетном году составит: $4\ 550 : 45\ 000 \cdot 100 = 10,11\%$.

Сумма переменных расходов в планируемом году составит: $10,11 \times 48\ 600 : 100 = 4\ 913,46$ р.

Сумма постоянных расходов в планируемом году составит: $3\ 100 + 150 = 3\ 250$ р.

Сумма расходов на реализацию товаров в планируемом году составит: $4\ 913,46 + 3\ 250 = 8\ 163,46$ р.

Уровень расходов на реализацию товаров в планируемом году составит: $8\ 163,46 : 48\ 600 \cdot 100 = 16,79\%$.

Уровень расходов на реализацию товаров в отчетном году составит: $7\ 650 : 45\ 000 \cdot 100 = 17\%$.

Размер изменения (ΔV_{pp}) уровня расходов на реализацию товаров в планируемом году определяется по следующей формуле:

$$\Delta V_{pp} = V_{pp1} - V_{pp0},$$

где V_{pp1} – уровень расходов на реализацию товаров в отчетном году, %;
 V_{pp0} – уровень расходов на реализацию товаров в планируемом году, %.

Определим размер изменения (ΔV_{pp}) уровня расходов на реализацию товаров в планируемом году:

$$\Delta V_{pp} = 16,79 - 17 = -0,21\%.$$

Темп изменения (T_u) уровня расходов на реализацию товаров в планируемом году определяется по следующей формуле:

$$\dot{O}_e = \frac{\dot{O}_{\partial\partial 1} - \dot{O}_{\partial\partial 0}}{\dot{O}_{\partial\partial 0}} \cdot 100.$$

Определим темп изменения (T_u) уровня расходов на реализацию товаров в планируемом году:

$$\dot{O}_e = \frac{16,79 - 17}{17} \cdot 100 = -1,23\%.$$

Ситуация 3. Произведите анализ доходов от реализации по торговой деятельности райпо за отчетный год и определите влияние увеличения объема товарооборота и среднего уровня доходов на отклонение фактических доходов от реализации по сравнению с предшествующим годом. По результатам анализа сделайте выводы.

Доходы от реализации по торговле райпо за отчетный год представлены в таблице 1.

Укажите, какова роль коммерческой службы в повышении доходности торговой деятельности.

Таблица 1 – Доходы от реализации по торговле райпо за отчетный год

Показатель	Предшествующий год	Отчетный год	Темп роста, %	Отклонение (+; -)
Товарооборот, р.	41 200	45 000	109,22	3 800
Доходы от реализации, р.	6 921,6	7 920	114,4	998,4
Доходы от реализации, % к обороту	16,8	17,6	104,8	+0,8

Решение

Сумма доходов от реализации товаров в предшествующем году составит: $41\ 200 \cdot 16,8 : 100 = 6\ 921,6$ р.

Сумма доходов от реализации товаров в отчетном году составит: $45\ 000 \cdot 17,6 : 100 = 7\ 920$ р.

Влияние изменения розничного товарооборота (ΔD_{pmo}) на сумму доходов от реализации определяется по следующей формуле:

$$\Delta \ddot{A}_{\partial \partial i} = \frac{(\dot{D}\hat{O}\hat{I}_1 - \dot{D}\hat{O}\hat{I}_0) \cdot \hat{O}\ddot{a}_0}{100},$$

где $P\hat{T}O_1$ – розничный товарооборот за отчетный год, р.;

$P\hat{T}O_0$ – розничный товарооборот за предшествующий год, р.;

$U\partial_0$ – уровень доходов от реализации товаров за предшествующий год, %.

Определим влияние изменения розничного товарооборота (ΔD_{pmo}):

$$\Delta \ddot{A}_{\partial \partial i} = \frac{(45\ 000 - 41\ 200) \cdot 16,8}{100} = +638,4 \text{ р.}$$

Влияние изменения уровня доходов от реализации товаров (ΔD_y) на их сумму определяется по следующей формуле:

$$\Delta \ddot{A}_{\delta} = \frac{D\dot{O}\dot{I}_1 \cdot (\dot{O}\ddot{a}_1 - \dot{O}\ddot{a}_0)}{100},$$

где $\mathcal{V}\dot{d}_1$ – уровень доходов от реализации товаров за отчетный год, %.

Определим влияние изменения уровня доходов от реализации товаров (ΔD_y) на их сумму:

$$\Delta \ddot{A}_{\delta} = \frac{45\,000 \cdot (17,6 - 16,8)}{100} = +360 \text{ д.}$$

Розничный товарооборот в отчетном году составил 45 000 р., что на 3 800 р. или на 9,22% больше по сравнению с предшествующим годом. Темп роста доходов от реализации товаров составил 114,4% и превышает темп роста розничного товарооборота. Это является положительным моментом в формировании доходов от реализации товаров. Сумма доходов от реализации товаров увеличилась на 998,4 р., в том числе за счет роста розничного товарооборота – на 638,4 р., за счет уровня доходов – на 360 р.

Роль коммерческой службы в увеличении доходов от реализации заключается в обеспечении роста розничного товарооборота; формировании ассортиментной структуры розничного товарооборота, удовлетворяющей потребности населения; изучении спроса населения; поиска поставщиков товаров, предлагающих выгодные условия поставок продукции и т. д.

Ситуация 4. Рассчитайте сумму и долю прироста оптового оборота базы за счет увеличения численности работников и их производительности труда. Оптовый оборот и среднесписочная численность работников оптовой базы за отчетный год приведены в таблице 2.

Таблица 2 – **Оптовый оборот и среднесписочная численность работников оптовой базы за отчетный год**

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год	Темп роста, %	Отклонение (+; -)
Оптовый оборот, р.	42 600	45 000	105,6	2 400
Среднесписочная численность работников, чел.	110	115	104,5	+5
Производительность труда, р.	387,273	391,305	101,04	+4,032

Укажите, как вы оцениваете долю прироста оптового оборота за счет интенсивного фактора.

Решение

Производительность труда ($П_m$) определяется по следующей формуле:

$$\dot{P}_o = \frac{\dot{O} \dot{I}}{\times},$$

где OIO – отклонение показателей оптового товарооборота, р.;

$Ч$ – среднесписочная численность работников, чел.

Темп прироста оптового товарооборота составит: $105,6 - 100 = 5,6\%$.

Темп прироста численности работников составит: $104,5 - 100 = 4,5\%$.

Доля прироста оптового оборота базы (D_u) за счет увеличения численности работников и их производительности труда определяется по следующей формуле:

$$\dot{A}_e = \left(1 - \frac{\dot{O}_i}{\dot{O}_{oii}} \right) \cdot 100,$$

где D_u – доля прироста оптового товарооборота за счет интенсивных факторов, %;

T_o – темп прироста экстенсивного фактора, %;

T_{pmo} – темп прироста товарооборота, %.

Определим долю прироста оптового оборота базы (D_u) за счет увеличения численности работников и их производительности труда:

$$\dot{A}_e = \left(1 - \frac{4,5}{5,6} \right) \cdot 100 = 19,6\%.$$

Сумма прироста оптового оборота базы за счет увеличения численности работников ($\Delta OIO(ч)$) определяется по следующей формуле:

$$\Delta OIO(ч) = (Ч_1 - Ч_0) \cdot ПП_0,$$

где $Ч_1$ – среднесписочная численность работников в отчетном году, чел.;

$Ч_0$ – среднесписочная численность работников в предшествующем году, чел.;

$ПТ_0$ – производительность труда предшествующего года, р.

Определим сумму прироста оптового оборота базы за счет увеличения численности работников ($\Delta ОТО(ч)$):

$$\Delta ОТО(ч) = (115 - 110) \cdot 387,273 = +1\,936,365 \text{ р.}$$

Сумма прироста оптового оборота базы за счет увеличения производительности труда ($\Delta ОТО(пм)$) определяется по следующей формуле:

$$\Delta ОТО(пм) = Ч_1 \cdot (ПТ_1 - ПТ_0),$$

где $ПТ_1$ – производительность труда отчетного года, р.

Определим сумму прироста оптового оборота базы за счет увеличения производительности труда ($\Delta ОТО(пм)$):

$$\Delta ОТО(пм) = 115 \cdot (391,305 - 387,273) = +463,68 \text{ р.}$$

Совокупное влияние факторов составит: $1\,936,365 + 463,68 = 2\,400,045$ р.

Ситуация 5. Определите влияние структуры розничного товарооборота на товарооборачиваемость в торговой организации. Исходные данные для расчета представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Структура розничного товарооборота и оборачиваемость товаров по торговой организации

Товарные группы	Структура розничного товарооборота, %		Норматив оборачиваемости, дней
	Предшествующий год	Отчетный год	
Пищевые продукты, напитки и табачные изделия	84	76	14
Непродовольственные товары	16	24	24

Укажите, какие решения должна принять коммерческая служба по ускорению оборачиваемости товаров.

Решение

Отклонение по пищевым продуктам, напиткам и табачным изделиям составит: $76 - 84 = -8\%$.

Отклонение по непродовольственным товарам составит: $24 - 16 = +8\%$.

Влияние структуры розничного товарооборота на товарооборотачиваемость (ΔTO) определяется по следующей формуле:

$$\Delta \hat{O} \hat{I} = \frac{(\ddot{A}_{i1} - \ddot{A}_{i0}) \cdot \dot{I}_i - (\dot{A}_{i1} - \dot{A}_{i0}) \cdot \dot{I}_i}{100},$$

где ΔTO – изменение розничного товарооборота за счет структурных сдвигов, р.;

D_{n1}, D_{n0} – доля продовольственной группы товаров за отчетный и предшествующий годы, %;

D_{n1}, D_{n0} – доля непродовольственной группы товаров за отчетный и предшествующий годы, %;

H_n, H_n – норматив оборачиваемости по продовольственной и непродовольственной группам товаров, дней.

Определим влияние структуры розничного товарооборота на товарооборотачиваемость (ΔTO) методом процентных чисел:

$$\Delta \hat{O} \hat{I} = \frac{-8 \cdot 14 + 8 \cdot 24}{100} = \frac{-112 + 192}{100} = \frac{80}{100} = 0,8 \text{ äйү.}$$

Увеличение доли непродовольственных товаров на 8% способствовало замедлению оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы на 0,8 дня. Коммерческим службам торговой организации целесообразно разработать мероприятия, направленные на стимулирование продаж непродовольственной группы, в том числе за счет проведения акций, изучения спроса населения, совершенствования работы по заявкам, расширения ассортиментного перечня товаров и т. д.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Гасанова, Т. В. Экономика торговли : пособие / Т. В. Гасанова, А. З. Коробкин, Н. Н. Макарова. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2015. – 132 с.

Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102 // КонсультантПлюс : Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Коробкин, А. З. Экономика организации. Экономика организации отрасли : учеб. нагляд. пособие / А. З. Коробкин. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2012. – 232 с.

Коробкин, А. З. Экономика торговли : учеб. нагляд. пособие / А. З. Коробкин. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2015. – 344 с.

Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учеб. / Л. И. Кравченко. – Минск : Новое знание, 2009. – 512 с.

О развитии предпринимательской инициативы и стимулирования деловой активности в Республике Беларусь : Директива Президента Респ. Беларусь от 31 дек. 2010 г. № 4 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 1/12259.

Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учеб. / А. М. Фридман. – М. : Дашков и К^о, 2008. – 628 с.

Экономика организации (предприятия) : практикум. В 2 ч. Ч. 1. Развитие торговли и товарооборот: теоретические основы, анализ и планирование показателей / Н. В. Максименко [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2012. – 104 с.

Экономика организации (предприятия) : практикум. В 2 ч. Ч. 2. Ресурсный потенциал и экономическая эффективность торговли / Н. В. Максименко [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2012. – 164 с.

Экономика организации отрасли : курс лекций / Т. Н. Сыроед [и др.] ; под общ. ред. А. З. Коробкина. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2016. – 292 с.

Экономика организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
Раздел I. Коммерческая деятельность.....	6
Примерный перечень вопросов по разделу I для подготовки к экзамену	16
Список рекомендуемой литературы	19
Раздел II. Организация и технология торговли.....	21
Примерный перечень вопросов по разделу II для подготовки к экзамену	31
Ситуационные задания.....	33
Список рекомендуемой литературы	36
Раздел III. Экономика торговли.....	37
Примерный перечень вопросов по разделу III для подготовки к экзамену	46
Ситуационные задания.....	49
Список рекомендуемой литературы	58

Учебное издание

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

**для реализации содержания образовательной программы
высшего образования I ступени по специальности
1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»
специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность
на рынке товаров народного потребления»**

Авторы-составители:

Пигунова Ольга Владимировна
Гасанова Татьяна Владимировна
Гурская Светлана Петровна и др.

Редактор Ю. Г. Старовойтова
Компьютерная верстка Л. Ф. Барановская

Подписано в печать 10.01.17. Формат 60 × 84 ¹/₁₆.
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 3,49. Уч.-изд. л. 3,50. Тираж 150 экз.
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

Кафедра коммерции и логистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе
и инновациям

_____ Н. А. Сныткова

9 декабря 2014 г.

Регистрационный № УД-786/баз.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

**для реализации содержания образовательной программы
высшего образования I ступени по специальности
1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»
специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность
на рынке товаров народного потребления»**

Гомель 2017