

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

Методичні вказівки
до виконання контрольної роботи
з дисципліни

«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В БУДІВНИЦТВІ»

*(для студентів 6 курсу заочної форми навчання
спеціальності 7.03050401 «Економіка підприємства»)*

Харків – ХНАМГ – 2013

Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни «Комерційна діяльність в будівництві» (для студентів 6 курсу заочної форми навчання спеціальності 7.03050401 «Економіка підприємства») / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва; уклад.: Л. Г.Чеканова. – Х : ХНАМГ, 2013. – 11 с.

Укладач: Л. Г. Чеканова

Рецензент: д.т.н., проф. В. І. Торкатюк

Рекомендовано кафедрою «Економіка будівництва»,
протокол № 1 від «30» серпня 2011 р.

ВСТУП

Виконання контрольної роботи студентами за відповідними питаннями тем дисципліни „Комерційна робота в будівництві" є важливим складовим елементом навчального процесу, який сприяє активізації самостійної роботи студентів та поглибленню їхньої теоретичної та практичної підготовки.

Мета контрольної роботи полягає в закріпленні теоретичних знань студентів та оволодіння навичками самостійної роботи з навчальною, науковою та спеціальною літературою з питань, які висвітлено у процесі вивчення курсу, формування вміння здійснювати економічну оцінку комерційної роботи та аналізувати його економічну ефективність в умовах альтернативності управлінських рішень.

Під час виконання контрольної роботи студенти повинні всебічно та поглиблено розкрити зміст контрольних питань.

Контрольна робота складається з двох частин: теоретично та практичної.

Контрольна робота являє собою практичної опис комерційної діяльності комерційної організації. Комерційну організацію студент вибирає самостійно. .

Частина 1.

Макет опису комерційної діяльності.

Мета і завдання роботи: пророблення й засвоєння основних понять комерційної діяльності: ринок і ринкове середовище, збут, комерційні посередники, основні й оборотні кошти, трудові ресурси, оплата праці, економічна ефективність витрат, ціноутворення, залежність між витратами, обсягами продажів і прибутком.

Контрольна робота повинна складатися із двох частин:

1. Опис основних понять, які використовуються під час опису комерційної діяльності (щоб уникнути двоякого тлумачення).

2. Повний аналіз комерційної діяльності організації, представлений у вигляді звіту (звіт оформляється індивідуально).

Послідовність роботи:

1. Вибір організації для аналізу її комерційної діяльності й формулювання теми.

2. Підбор літератури і її вивчення.

3. Пошук проблем (відповідно до комерційної діяльності) у досліджуваній організації(підприємстві).

4. Написання чорнового звіту

5. Доробка й остаточне оформлення роботи, захист роботи:

План роботи передбачає:

1. Оформлення титульного аркуша.

2. Написання резюме підприємства (організації).

3. Характеристика сутності комерційної діяльності в підприємстві (організації). Короткий огляд асортиментної політики підприємства.

4. Характеристика понять: Збутова стратегія. Цінова стратегія. Стратегія Маркетингу.

5. Основні суб'єкти комерційної діяльності в макрооточенні компанії.

6. Основні й оборотні кошти.

7. Система оплати праці.

8. Система заохочень, премій, надбавок, штрафів і стягнень.

9. Висновки, рекомендації.

Частина 2.

Вивчення комерційної діяльності підприємства (організації).

1. Титульний аркуш.

Титульний аркуш оформляється на фірмовому бланку підприємства. Обов'язкові елементи титульного аркуша: Найменування підприємства, виконавець, керівник організації, дата написання.

2. Написання резюме підприємства. Необхідно провести аналіз за усіма сферами діяльності підприємства: назва, історія, керування, комерційна діяльність, маркетинг, виробнича діяльність, оперативне оточення, конкуренти (основні й другорядні), традиції розвитку, комунікації, асортиментна політика, місія, корпоративні цілі, показники діяльності підприємства.

3. Сутність комерційної діяльності в підприємстві (організації). Короткий огляд асортиментної політики. Утримування й принципи реалізації комерційних інтересів на ринку товарів і послуг. Ринок і ринкове середовище. Основні характеристики ринку збуту.

Поняття ринку тісно пов'язане з поняттям ринкового середовища, тобто з особливою сферою діяльності, у процесі якої постійно зіштовхуються комерційні інтереси продавців і покупців. При цьому діяльність учасників ринкових відносин характеризується чіткою спрямованістю й має специфіку у зв'язку з роллю даного суб'єкта на ринку. Так, продавці прагнуть залучити покупців до свого товару й тому конкурують між собою. Покупці намагаються раціонально витратити свої кошти, таким чином, щоб оптимально з'єднати наявну купівельну спроможність із користю від покупки.

Місткість ринку (максимальний обсяг закупівель певного товару на даному ринку збуту за певний період часу) залежить, в остаточному підсумку, від двох основних факторів. З однієї сторони - це об'єктивно існуюча межа споживання даного товару, з іншої - межа купівельної або платіжної спроможності споживачів товару.

Найважливіші характеристики організації з погляду основних типів ринкових структур.

4. Збутова стратегія. Цінова стратегія. Стратегія маркетингу. Збут продукції є, насамперед, обіг матеріальних ресурсів. Він охоплює початкову стадію фази обігу «Т-Д-Т», пов'язану із продажем і перепродажем товарів. Збут продукції безпосередньо пов'язаний з виробництвом і поширенням товарів. Збутова діяльність підприємства природно пов'язана з готовою продукцією.

Готова продукція, що надходить у господарський оборот, приймає різні форми.

Цінова стратегія. Види цінових стратегій. Умови використання тої або іншої цінової стратегії. Маркетингова стратегія: вивчення конкурентів; участь у професійних виставках і зустрічах; робота з національними підприємствами й організаціями, консульськими службами й торговельними представництвами іноземних держав; організація презентацій; спонсорська підтримка подій або організацій; оперативний маркетинг; рекламна діяльність.

5. Основні суб'єкти комерційної діяльності в макрооточенні компанії. Принципи організації й керування в системі «Покупець-Продавець» . Етапи закупівлі/продажу продукції. Схема взаємних дій у системі «Збуту-Закупівлі».

6. Основні й оборотні кошти. Основні кошти становлять основу їхньої матеріально-технічної бази й призначені для приймання, зберігання й відпустки споживачам товарно-матеріальних цінностей. Залежно від функціонального призначення основні кошти підрозділяються на виробничі основні кошти (фонди) і основні кошти (фонди) невиробничого призначення. Виробничі основні кошти - це будинки й спорудження, підйомно-транспортні механізми, складське встаткування, вагове й вимірювальне господарство, виробничий інвентар, який використовується для виконання основних виробничих функцій.

До невиробничих основних коштів прийнято відносити об'єкти культурно-побутового й управлінського характеру: адміністративні будинки, клуби, їдальні, дитячі садки, ясла, профілакторії, санаторії, будинку відпочинку й т.п.

Кожне підприємство має в розпорядженні вартість, що авансується для утворення виробничих оборотних фондів і фондів обігу. У комерційних торговельно-посередницьких організацій переважна частина цієї вартості є джерелом утворення фондів обігу (товарних запасів, вкладень у розрахунки, залишків коштів). Набагато менше її та частина оборотних коштів, що використовується ними як джерело виробничих оборотних фондів (допоміжні матеріали, інвентар, запасні частини, спецодяг і ін.).

Оборотні кошти становлять значну частину ресурсів комерційних організацій, тому важлива роль приділяється поліпшенню їхнього використання.

7. Характеристика систем оплати праці. Існуюча система оплати праці. Погодинна, відрядна, почасово-преміальна й ін.

8. Механізм системи заохочень, премій, надбавок, штрафів і стягнень.

У даному розділі необхідно описати існуючу в підприємстві систему мотивації/демотивації співробітників, корпоративне середовище.

9. Висновки, рекомендації.

Даний розділ необхідний для того, щоб студент самостійно на основі проведеної роботи сформулював основні висновки щодо аналізу комерційної

діяльності підприємства й запропонував пропозиції відносно її оптимізації. При необхідності провести розрахунок ризиків.

10. Загальні теоретичний розділ. Необхідно розкрити поняття: Поняття й види конкуренції (ринок реальної конкуренції, ринок монополістичної конкуренції, ринок олігополістичної конкуренції, ринок чистої монополії, монопсонія, олігопсонія). За кожним визначенням необхідно привести практичні приклади.

ДЖЕРЕЛА

1. Міжнародна комерційна діяльність у сфері послуг і інтереси Росії. Сєдов К. Б. « Економіка » 2006 р.
2. Економіка підприємства: Електронний підручник/ Юркова Т. И., Юрков С. В.
3. Організація підприємницької діяльності: Навчальна допомога./ Шевченко И. К. Таганрог: Из ТРТУ, 2004. 92 с.
4. Книга комерційного директора. Терьохін К. И., Питер 2006
5. Комерція й технологія торгівлі. Дашков Л. П., Памбухчянц В. К., Дашков і ДО 2006, 699 стор.
6. Комерційна діяльність. Жукова Т. Н., Вектор 2006, 252 стор.
7. Комерційна діяльність. Виноградова С. Н., Пигунова О. В., Высшая школа (Мінськ) 2006, 351 стор.
8. Комерційне право. Розсолів М. М., ЮНИТИ - 2002, 461 стор.
9. Маркетинг і менеджмент послуг: Діловий сервіс. Николайчук В. Е., Питер 2005, 604 стор.
10. Математичні методи й моделі в комерційній діяльності. Фомін Г. П., Фінанси й статистика 2005, 615 стор.
11. Основи менеджменту. Г. Я. Гольдштейн. Таганрозький державний радіотехнічний університет, 2003.
12. Керування персоналом. Г. Я. Гольдштейн, під ред. Базарова Т. Ю., Еремена Б. Л. 1999 р.
13. Аналіз і діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства/ Грищенко О.В. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000.

Питання до заліку (екзамену) з дисципліни «Комерційна робота в будівництві»

1. Зміст й принципи реалізації комерційних інтересів на ринку товарів і послуг. Ринок і ринкове середовище в системі комерційних відносин.

2. Механізм регулювання й особливості прояву комерційних інтересів на товарному ринку (коротка характеристика ринкових структур)

3. Поняття комерційної діяльності

4. Зміст й завдання збуту готової продукції

5. Сутність керування матеріальними ресурсами

6. Найважливіші характеристики основних типів ринкових структур:
ЧИСТА КОНКУРЕНЦІЯ, МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ

7. Найважливіші характеристики основних типів ринкових структур:
ОЛІГОПОЛІЯ, ЧИСТА МОНОПОЛІЯ

8. Конкуренція. Види конкуренції та їх значення у ринковій економіці.

9. Характеристика потенційної й реальної корисності товару (послуги).

10. Відвантаження, відпустка, поставка, реалізація.

11. Запаси продукції. Види запасів.

12. Система й принципи організації господарських взаємин у процесі комерційної діяльності.

13. Принципи організації й керування в системі «Покупець-Продавець».

14. Комерційні посередники на товарному ринку.

15. Роль банків у комерційній діяльності.

16. Характеристики фірми-постачальника.

17. Функції посередника: Збут і стимулювання просування товару.

18. Функції посередника: Здійснення закупівель і формування товарних асортиментів для підприємства-споживача.

19. Функції посередника: дроблення великих партій товарів на більше дрібні.

20. Функції посередника: складування, транспортування, фінансова участь у розрахунках по купівлі-продажу, надання комерційної інформації й консультування.

21. Основні кошти в комерційній діяльності: формування й напрямки використання.

22. Дані техніко-економічного обґрунтування для складських об'єктів.

23. Оборотні кошти комерційних підприємств.

24. Комерція як особлива форма трудової діяльності.

25. Принципи організації оплати праці у посередницьких оптових підприємствах.
26. Основна заробітна плата, додаткова заробітна плата.
27. Характеристика складу підрозділів, які здійснюють основні функції комерційної роботи підприємства.
28. Форми й системи оплати праці комерційного працівника.
29. Товарні біржі, характеристика та значення в організації оптової торгівлі.
30. Характеристика основних оптових посередників, їх значення в організації збутової діяльності підприємства.
31. Державне регулювання комерційної діяльності підприємства.
32. Поняття страхових запасів, методи розрахунку.
33. Сутність і класифікація витрат по комерційній діяльності.
34. Склад витрат по комерційній діяльності.
35. Показники поточних витрат комерційного підприємства.
36. Фактори, що впливають на формування поточних витрат комерційного підприємства: зовнішні.
37. Фактори, що впливають на формування поточних витрат комерційного підприємства: внутрішні й зовнішні.
38. Економічна ефективність поточних витрат комерційного підприємства.
39. Значення, область застосування й завдання ціноутворення в комерційній діяльності.
40. Характеристика стратегії ціноутворення відповідно підвищення економічної ефективності комерційної діяльності підприємства.
41. Характеристика товарних знаків, їх видів та методів застосування.
42. Залежність між витратами, обсягами продажів і прибутком.
43. Характеристика основних елементів споживчого ринку, їх взаємозв'язку.
44. Стратегія управління комерційною діяльністю підприємства.
45. Державне регулювання комерційної діяльності підприємства.
46. Характеристика основних видів розрахунку, що застосовують під час купівлі-продажу.
47. Характеристика лізингу, як форми оптової торгівлі основними засобами.
48. Визначення відмінностей між поняттями «споживчого ринку» і «бізнес-ринку».
49. Комерційні ризики та характеристика методів їх страхування.
50. Характеристика основних підрозділів, які займаються організацією комерційної діяльності підприємства.

Навчальне видання

Методичні вказівки
до виконання контрольної роботи
з дисципліни

«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В БУДІВНИЦТВІ»

*(для студентів 6 курсу заочної форми навчання
спеціальності 7.03050401 «Економіка підприємства»)*

Укладачі: **ЧЕКАНОВА** Любов Григорівна

Відповідальний за випуск *В. І. Торкатюк*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2011, поз. 304М

Підп. до друку 01.10.2012р.
Друк на ризографі
Тираж 50 пр.

Формат 60x84/16
Ум. друк. арк. 0,6
Зам. №

Видавець і виготовлювач:
Харківська національна академія міського господарства,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rektorat@ksame.kharkov.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4064 від 12.05.2011 р.