ДЕПАРТАМЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

 «ТОМСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**по выполнению практических Занятий**

МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности

ПМ.01 Организация торгово – сбытовой деятельности

по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Томск

2023 год

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Автор: Воронкова Лариса Анатольевна, преподаватель высшей категории

**СОДЕРЖАНИЕ**

Пояснительная записка……………………….……………………….…………………..…….3

1. Практическое занятие № 1. Характеристика организационно- правовых форм субъектов коммерческой деятельности ………………………………………………………..5
2. Практическое занятие №2 Решение ситуационных задач по организации и реализации хозяйственных связей ……………………….……………...……..……..10
3. Практическое занятие №3 Решение ситуационных задач по составлению протокола разногласий и расчету неустойки …………………………..……….…….……….….13
4. Практическое занятие № 4 Анализ ситуаций по заключению и исполнению договоров купли - продажи …………………………………………………………....16
5. Практическое занятие №5 Анализ договора розничной купли – продажи………....18
6. Практическое занятие №6 Составление сопроводительных документов в автоперевозках товаров ………………………………………………………………..19
7. Практическое занятие №7. Изучение организации биржевой торговли……………21
8. Практическое занятие №8 Организация работы выставки…………………………..22
9. Практическое занятие №9 Проведение деловой игры «Аукцион»………………….24
10. Практическое занятие №10 Анализ бизнеса по системе франчайзинга …………....27
11. Практическое занятие №11 Составление договора лизинга……………...…………39
12. Практическое занятие №12 Работа с нормативными документами по теме: Государственное регулирование коммерческой деятельности……………………...42
13. Список литературы……………………...……………...………………………………48

Пояснительная записка

 Методические указания для выполнения практических занятий предназначены для реализации требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» в части освоения МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности и части соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.

ПК 1.2. На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.

ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

ПК 1.8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.

ПК 1.9. Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.

Практикум составлен по четырем темам МДК 01.02 в соответствии с рабочей программой.

 Целью овладения соответствующей профессиональной компетенцией обучающийся в ходе выполнения практических работ должен:

**иметь практический опыт:**

- составления договоров;

- установления коммерческих связей;

**уметь:**

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- У2.управлять товарными запасами и потоками;

- У3.обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и по качеству;

**знать:**

- З1.составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;

-З2. государственное регулирование коммерческой деятельности;

-З3.инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

Практическое занятие №1

Характеристика организационно- правовых форм субъектов коммерческой деятельности

*Проверяемые результаты обучения:*

- З1.составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;

*Задание:*

Выполните тестовое задание:

1. В фирме «Л.» текущее управление передаётся исполнительному органу, который назначается учредителями. Какие иные признаки свидетельствуют о том, что эта фирма – общество с ограниченной ответственностью? Запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Учредителями фирмы являются индивидуальные предприниматели и коммерческие организации
2). Учредительным документом фирмы выступает устав
3). Участники несут полную солидарно – субсидиарную ответственность по долгам и обязательствам фирмы не только складочным капиталом, но и своим личным имуществом независимо от вклада
4). Личное участие в деятельности фирмы является необязательным
5). Прибыль фирмы распределяется по капиталу пропорционально долям
6). Выход участников из фирмы невозможен

1. Установите соответствие между признаками и организационно – правовыми формами предпринимательской деятельности, которые они иллюстрируют: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.
Признаки
А) складочный (объединённый) капитал, разделённый на доли
Б) учредительным документом является устав
В) распределение прибыли осуществляется по труду
Г) выход возможен, но иногда без возвращения пая
Д) участниками являются коммерческие организации и индивидуальные предприниматели
Организационно – правовые формы предпринимательской деятельности
1). Производственный кооператив
2). Полное товарищество
2. Установите соответствие между признаками и организационно – правовыми формами предпринимательской деятельности, которые они иллюстрируют: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.
Признаки
А) учредительным документом является устав
Б) вклады участников выступают источником образования уставного капитала
В) участники несут субсидиарную ответственность всем принадлежащим им имуществом
Г) личное участие в деятельности не обязательно
Д) относится к малому бизнесу
Организационно – правовые формы предпринимательской деятельности
1). Полное товарищество
2). Акционерное общество
3. Фирма «В» занимается предпринимательской деятельностью. Какие иные признаки свидетельствуют о том, что эта фирма – акционерное общество? Запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Участниками фирмы выступают юридические и физические лица
2). Ответственность за долги и обязательства фирмы участники несут в пределах сумм, потраченных на покупку акций
3). Учредительным документом фирмы является учредительный договор
4). Предполагается обязательное личное участие в делах фирмы
5). Основная цель деятельности фирмы заключается в извлечении прибыли
6). Распределение прибыли фирмы осуществляется по капиталу пропорционально долям
4. Индивидуальные предприниматели В., С., Т. создали товарищество на вере. Выберите из приведенного списка термины, которые могут быть использованы при характеристике этой фирмы, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Некоммерческая деятельность
2). Устав
3). Юридическое лицо
4). Акции
5) Коммандисты
6). Учредительный договор
5. Организация «К.» создана путём добровольного объединения граждан на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом участии и объединении его членами имущества паевых взносов. Учредительным документом организации является устав, в котором в качестве ведущей цели деятельности указано извлечение прибыли. Выберите из приведённого списка термины, которые могут быть использованы при характеристике этой организации, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Потребительский кооператив
2). Полное товарищество
3). Коммерческая организация
4). Хозяйственное общество
5). Юридическое лицо
6). Производственный кооператив
6. Установите соответствие между признаками и организационно – правовыми формами предпринимательской деятельности, которые они иллюстрируют: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.
Признаки
А) учредительным документом является учредительный договор
Б) относится к среднему бизнесу
В) выход из фирмы участников невозможен
Г) личное участие в деятельности необязательно
Д) риск для кредиторов небольшой, так как компенсируется полной ответственностью
Организационно – правовые формы предпринимательской деятельности
1). Полное товарищество
2). Общество с ограниченной ответственностью
7. Фирма «С.» является коммерческой организацией. Какие иные признаки свидетельствуют о том, что фирма – унитарное предприятие? Запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Учредительным документом фирмы является устав
2). Имущество фирмы может распределяться по вкладам
3). Имущество принадлежит фирме на праве хозяйственного ведения
4). Фирма несёт ответственность по обязательствам собственника имущества
5). Фирма отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим имуществом
6). Фирма не является юридическим лицом
8. В целях получения прибыли граждане С. и Л. учредили фирму «Б.», уставной капитал которой разделён на доли. Участники не отвечают по обязательствам фирмы и несут риск убытков, связанных с её деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им долей уставного капитала. Личного участия в хозяйственной деятельности не требуется. Учредительным документом является устав. Выберите из приведенного списка термины, которые могут быть использованы при характеристике этой фирмы, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Юридическое лицо
2). Товарищество на вере
3). Муниципальное унитарное предприятие
4). Коммерческая организация
5). Производственный кооператив
6). Общество с ограниченной ответственностью
9. Организация «М.» создана на основе объединения капиталов учредителей, который разделен на доли, определенные учредительным документом – уставом. При этом личного участия в хозяйственной деятельности не требуется. Участником организации может быть любой субъект права. По обязательствам организации её участники личным имуществом не отвечают. Целью деятельности фирмы «М.» является извлечение прибыли. Выберите из приведённого списка термины которые могут быть использованы при характеристике этой организации, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Потребительский кооператив
2). Коммерческая организация
3). Хозяйственное товарищество
4). Юридическое лицо
5). Хозяйственное общество
6). Производственный кооператив
10. Организационно – правовая форма фирмы, оказывающей услуги по ремонту обуви и сумок, - производственный кооператив. Найдите в приведённом ниже списке черты, отличающие производственный кооператив от акционерного общества, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Объединение нескольких мастеров, лично участвующих в оказании услуг
2). Обязанность работников соблюдать трудовую дисциплину
3). Получение дивидендов по итогам года
4). Участие работников в управлении предприятием
5). Обязательное заключение трудового договора с работниками
6). Распределение прибыли между работниками в соответствии с их трудовым участием
11. Кирилл работает в производственном кооперативе, а Андрей – в акционерном обществе. Найдите в приведённом ниже списке черты, общие для этих организационно – правовых форм предприятий, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Объединение нескольких мастеров, лично участвующих в оказании услуг
2). Обязанность работников соблюдать трудовую дисциплину
3). Получение дивидендов по итогам года
4). Необходимость бережного отношения к имуществу работодателя
5). Заключение трудового договора с работниками
6). Распределение прибыли между работниками в соответствии с их трудовым участием
12. Марина работает в производственном кооперативе, а Алла – в акционерном обществе. Найдите в приведённом ниже списке черты, общие для этих организационно – правовых форм предприятий, и запишите цифры, под которыми они указаны.
1). Распределение прибыли между работниками в соответствии с их трудовым участием
2). Необходимость бережного отношения к имуществу работодателя
3). Объединение нескольких мастеров, лично участвующих в оказании услуг
4). Обязанность работников соблюдать трудовую дисциплину
5). Получение дивидендов по итогам года
6). Обязательность заключения трудового договора с работниками

*Ответы к тесту:*

1. 245

2. 21112

3. 21121

4. 125

5. 356

6. 356

7. 12121

8. 135

9. 146

10. 245

11. 234

*Критерии оценивания:*

За каждый правильный ответ присваивается 1 балл.

 Максимальное количество баллов 45

«5» - 40-45 правильных ответов (90-100%),

«4» - 35-39 правильных ответов (80-89%),

«3» - 30-34 правильных ответов (70-79%),

«2» - 30 и менее правильных ответов (менее 70%).

Практическое занятие №2

Решение ситуационных задач по организации и реализации хозяйственных связей

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- У3.обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и по качеству;

*Задание1:*

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Дайте оценку ситуации.

3. Обоснуйте свой ответ.

 Текст задания:

Поставщик доставил товар покупателю вместе со счетом и счетом­ фактурой. По условию договора товар должен быть оплачен в течении недели. Прошло 2 недели, а счет не был оплачен. Поставщик предъявил покупателю неустойку.

*Задание 2:*

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Дайте оценку ситуации.

3. Правильны ли действия поставщика при восполнении недостачи товаров?

4. Каким нормативным документом эти действия регламентируются

5. Обоснуйте свой ответ. Время выполнения: 20 мин.

 Текст задания:

По договору поставки ОАО «Хлебозавод No2» осуществляет поставку хлебобулочных изделий в магазин «Эдельвейс». При приемке в магазине была обнаружена недостача Бородинского хлеба в количестве 1О штук. Материально ответственные лица магазина об этом сообщили поставщику. На следующий день для покрытия недостачи хлебозавод отправил магазину Сельский хлеб в количестве 1О штук.

*Задание 3:*

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Дайте оценку ситуации.

3. Как должен поступить покупатель (предприниматель)?

4. Обоснуйте свой ответ.

Текст задания:

Поставщик досрочно поставил продукцию по необоснованным причинам. У покупателя в ассортименте имеется большое количество товара с предыдущей поставки.

*Задание 4:*

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Проведите сравнительный анализ поставщиков, используя рейтинговую систему оценки.

3. Определите, кому из поставщиков следует отдать предпочтение при продлении договорных отношений.

4. Обоснуйте свой ответ. Время выполнения: 20 мин. Текст задания:

На торговом предприятии для оценки поставщиков Nol, №2, №3, №4 использованы критерии: цены (0,5), качество(О,2),надежность поставки(О,3). В скобках указан вес критерия. Оценка поставщиков по результатам работы в разрезе перечисленных критериев (десятибалльная система) приведена в табл.1:

Таблица 1. Рейтинг поставщиков

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии | Оценка поставщиков |
| №1 | №2 | №3 | №5 |
| Цена |  |  |  |  |
| Качество |  |  |  |  |
| Надежность |  |  |  |  |

*Критерии оценки:*

- полнота и аргументированность ответа;

- самостоятельность при выполнении практического задания.

Оценка «отлично» - если обучающийся правильно выполнил задание в полном объеме и объяснил.

Оценка «хорошо» - если обучающийся правильно выполнил задание, но при этом допустил одну неточность; объяснил с использованием наводящих вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - если обучающийся выполнил задание, но при этом допустил несколько неточностей; не объяснил отдельные положения.

Оценка «неудовлетворительно» - если обучающийся выполнил не все задание, при этом допустил много неточностей в отведенное время; не объяснил отдельные положения.

Практическое занятие №3

Решение ситуационных задач по составлению протокола разногласий и расчету неустойки.

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

*Задание1:*

Исходя их условий задачи, необходимо составить протокол разногласий на проект договора ООО «Швейная фабрика».

Условия задания:

ПАО «Сервис» получил проект договора на поставку текстильных изделий от ООО «Швейная фабрика» в январе 2021г.

В проекте договора есть несколько пунктов, которые ПАО «Сервис» не устраивают:

п*.3.5 Поставка текстильных изделий осуществляется с условием обязательной предоплаты продукции*

*п.5.2 За просрочку или недопоставку текстильных товаров, а также невыборку товаров, стороны несут ответственность в форме неустойки а соответствии с гражданским законодательством РФ.*

*п.5. 4 За поставку недоброкачественных текстильных изделий (с производственными дефектами) с поставщика может быть взыскан штраф в соответствии с гражданским законодательством РФ.*

Согласно Гражданскому кодексу РФ, сторона получившая проект договора (оферту), должна направить другой стороне извещение об акцепте, либо от отказе от него, либо протокол разногласий к проекту договора в течение 30 дней со дня получения проекта договора (оферты).

В протоколе разногласий указывается формулировка (редакция ) договорных условий стороны, предоставившей договор, и формулировка (редакция ) другой стороны, не согласной с этими условиями.

*Задание2:*

1. Рассчитать сумму неустойки подлежащую уплате (определить вид неустойки).

2. Составить претензию об уплате неустойки.

3. Составить исковое заявление.

Условия задания:

Согласно заключенному договору между ООО «Швейная фабрика» и ПАО «Сервис» заключен договор поставки № 21 от 01.12.20 на поставку текстильных изделий в срок до 10 января 2021 года.

п. 4 договора «Имущественная ответственность» за просроченную поставку или недопоставку текстильных изделий предусматривается неустойка в размере 4% от стоимости не поставленных в срок товаров по отдельным наименованиям. А по позиции постельное белье - 8% от стоимости не поставленных в срок товаров.

Свои обязательства поставщик выполнил не в полном объеме.

 Таблица 1. Расчет неустойки

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование | Подлежало поставке, руб. | Фактически поставлено, руб.  | Недопоставка руб. | Перепоставкаруб. | Сумма неустойкируб. |
| 1 | Постельноебелье | 120 250 | 90 110 |  |  |  |
| 2 | Полотенца |  62 500 | 62 500 |  |  |  |
| 3 | Скатерти | 38 115 | 31 400 |  |  |  |
| 4 | Салфетки текстильные | 26 740 | 28 630 |  |  |  |
|  | Итого |  |  |  |  |  |

*Критерии оценки:*

- полнота и аргументированность ответа;

- самостоятельность при выполнении практического задания.

Оценка «отлично» - если обучающийся правильно выполнил задание в полном объеме и объяснил.

Оценка «хорошо» - если обучающийся правильно выполнил задание, но при этом допустил одну неточность; объяснил с использованием наводящих вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - если обучающийся выполнил задание, но при этом допустил несколько неточностей; не объяснил отдельные положения.

Оценка «неудовлетворительно» - если обучающийся выполнил не все задание, при этом допустил много неточностей в отведенное время; не объяснил отдельные положения.

Практическое занятие №4

Анализ ситуаций по заключению и исполнению договоров купли - продажи

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

*Методические указания к практической работе .*

При подготовке ответов на вопросы, поставленные в ситуациях, необходимо руководствоваться следующими нормами Гражданского Кодекса РФ:

- Статья 314, п.2. В случаях, когда обязательство не предусматривает срок его исполнения и не содержит условий, позволяющих определить этот срок, оно должно быть исполнено в разумный срок после возникновения обязательства. Обязательство, не исполненное в разумный срок должник обязан исполнить в семидневный срок со дня предъявления кредитором требования о его исполнении.

- Статья 432, п.2. договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и её акцепта (принятия предложения) другой стороной.

- Статья 434, п.1. Договор может быть заключён в любой форме, предусмотренной для совершения сделок, если законом для договоров данного вида не установлена определённая форма (главой 30 ГК РФ «Купля-продажа» определённая форма не установлена).

- Статья 435, п.1. Офертой признаётся адресованное одному лицу или несколькими конкретными лицами предложение, которое достаточно определено и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресом, которым будет принято предложение. Оферта должна содержать существенные условия договора.

- Статья 135, п.2. Оферта связывает направившее её лицо с момента её получения адресатом.

- Статья 434, п.3. Письменная форма договора считается соблюдённой, если письменное предложение заключить договор принято в порядке, предусмотренном п.3 ст. 438 настоящего кодекса.

- Статья 438, п.3. Совершение лицом, получившим оферту в срок, установленный для её акцепта, действий по выполнению указанных в ней условий договора считается акцептом, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или не указано в оферте (в оферте не установлены конкретная форма и срок акцепта).

- Статья 457, п.1. Срок исполнения продавцом обязанности передать товар покупателю определяется договором купли-продажи, а если договор не позволяет определить этот срок, в соответствии с правилами, предусмотренными статьёй 314 настоящего Кодекса.

- Статья 484, п.2. Если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором купли-продажи, покупатель обязан совершить действия, которые в соответствии с обычно предъявляемыми требованиями необходимы с его стороны для обеспечения передачи и получения соответствующего товара.

- Статья 567, п.2. К договору мены применяются соответственно правила о купле-продаже (глава 30). При этом каждая из сторон признаётся продавцом товара, который она обязуется передать, и покупателем товара, который она обязуется принять в обмен.

*Задание:*

*Ситуация №1.*Предприятие А (покупатель) направило предприятию Б (продавцу) письменное предложение продать товар, изложив существенные условия сделки. Предприятие Б, не дав ответ на полученное предложение, выставило счёт предприятию А на условиях, изложенных в письмах, однако предприятие А, получив счёт, отказалось его оплатить и от своего предложения тоже.

Можно ли считать свершившимся факт заключения договора купли-продажи и какой стороной допущено нарушение?

*Ситуация №2.*Предприятие Б (продавец) направило предприятию А (покупателю) письмо с предложением поставить свой товар с изложением существенных условий сделки, включая полную предоплату за товар. Не дождавшись ответа на письмо от предприятия А в разумный срок, предприятие Б выставило покупателю счёт, на основании которого предприятие А произвело частичную предоплату в виде аванса. Получив деньги, предприятие Б отказалось отгрузить товар покупателю, который направил претензию с требованием передать товар на сумму оплаченного аванса. Какие нарушения допущены сторонами в данной ситуации?

При подготовке ответа на поставленный вопрос необходимо воспользоваться указаниями к ситуации №1, а также статьёй 438 «Предварительная оплата товара» ГК РФ.

*Ситуация №3.*Предприятия А (покупатель) и Б (продавец) договорились в устной форме о совершении товарообменной сделки. Стороны обменялись счетами, в которых указали условия обмена на встречный товар определённого наименования эквивалентной стоимости. После обмена счетами у сторон сделки возник конфликт о сроках поставки товаров: одна сторона потребовала одновременного обмена, а другая — с рассрочкой на два дня.

Как разрешить этот конфликт с точки зрения закона?

*Ситуация №4.* Два предприятия: А (покупатель) и Б (продавец) заключили договор купли-продажи. В договоре соблюдены существенные условия, кроме условий доставки товара от продавца к покупателю. В связи с этим возник конфликт. Как его разрешить?

*Критерии оценки:*

- полнота и аргументированность ответа;

- самостоятельность при выполнении практического задания.

Оценка «отлично» - если обучающийся правильно выполнил задание в полном объеме и объяснил.

Оценка «хорошо» - если обучающийся правильно выполнил задание, но при этом допустил одну неточность; объяснил с использованием наводящих вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - если обучающийся выполнил задание, но при этом допустил несколько неточностей; не объяснил отдельные положения.

Оценка «неудовлетворительно» - если обучающийся выполнил не все задание, при этом допустил много неточностей в отведенное время; не объяснил отдельные положения.

Практическое занятие №5

Анализ договора розничной купли – продажи

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

*Задание1:*

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте предлагаемый договор розничной купли – продажи.

2. Дайте ответы на предлагаемые вопросы.

3. Обоснуйте свой ответы.

Вопросы:

1. Кто является сторонами по договору?

2. Что является предметом договора?

3. Опишите порядок расчетов по договору.

4. Опишите порядок выполнения Продавцом своих обязательств по договору.

5. Правомочным ли является п.4.2 настоящего договора? Обоснуйте с ссылкой на нормы законодательства.

6. Какой из видов неустойки предусмотрен условиями настоящего договора?

7. Рассчитайте размер неустойки, если товар не поставлен в течение 60 дней с момента полной оплаты товара.

8. Какие пункты договора, по вашему мнению, могут является неудобными с точки зрения

Покупателя?

*Критерии оценки:*

- полнота и аргументированность ответа;

- самостоятельность при выполнении практического задания.

Оценка «отлично» - если обучающийся правильно выполнил задание в полном объеме и объяснил.

Оценка «хорошо» - если обучающийся правильно выполнил задание, но при этом допустил одну неточность; объяснил с использованием наводящих вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - если обучающийся выполнил задание, но при этом допустил несколько неточностей; не объяснил отдельные положения.

Оценка «неудовлетворительно» - если обучающийся выполнил не все задание, при этом допустил много неточностей в отведенное время; не объяснил отдельные положения.

Практическое занятие №6

Составление сопроводительных документов в автоперевозках товаров

*Проверяемые результаты обучения:*

- У3.обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и по качеству;

*Методические указания к выполнению задания*

Используя исходные данные, студент составляет товаротранспортную накладную на бланке. Работа выполняется студентами самостоятельно и индивидуально под контролем и при участии преподавателя.

Исходные данные выдаются как раздаточный материал.

*Задание:* Оформить товаротранспортную накладную на перевозку груза автомашиной по представленным исходным данным.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Реквизиты документа | № строки | Единицы измерения | Значение |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Вводные реквизиты |
| Грузоотправитель | 1 | Х | ООО «Вымпел», г. Томск |
| Грузополучатель | 2 | Х | НПАО «Индекс», г. Новосибирск |
| Плательщик | 3 | Х | он же |
| 2. Товарный раздел |
| Наименование груза: |  |  |  |
| -труба 20 мм: Количество | 4 | т | 10 |
| Цена с НДС | 5 | Руб. | 7800 |
| Вид упаковки | 6 | Х | Связка |
| Количество мест | 7 | шт. | 5 |
| -труба 25 мм: Количество | 8 | т | 10 |
| Цена с НДС | 9 | руб. | 7800 |
| Вид упаковки | 10 | Х | Связка |
| Количество мест | 11 | шт. | 5 |
| -труба 32 мм: Количество | 12 | т | 10 |
| Цена с НДС | 13 | руб. | 7800 |
| Вид упаковки | 14 | Х | Связка |
| Количество мест | 15 | шт. | 5 |
| Сопроводительные документы: | 16 |  |  |
| - ТНТ | 17 | Лист | 2 |
| - сертификаты | 18 | Лист | 3 |
| Отпуск разрешилДолжность | 19 | Х | Зам. директора |
| Фамилия | 20 | Х | Фёдоров С.В. |
| Отпуск груза произвёл:Должность | 21 | Х | Зав. Складом |
| Фамилия | 22 | Х | Чижова А.Г. |
| Груз к перевозке принял:Должность | 23 | Х | Водитель |
| Фамилия | 24 | Х | Смирнов К.П. |
| Груз получил:Грузополучатель:Должность | 25 | Х | Зав. складом |
| Фамилия | 26 | Х | Кедров В.Н. |
| 3. Транспортный раздел |
| Срок поставки груза | 27 | Х | 20.05.200 \_ г. |
| Организация-перевозчик | 28 | Х | ООО «Дельта» г. Томск |
| Автомобиль: -марка | 29 | Х | КАМАЗ-54109 |
| - гос. номер | 30 | Х | 12-83 РДО |
| Путевой лист | 31 | Х | № 004576 |
| Заказчик: | 32 | Х | ООО «Вымпел» г. Томск |
| Водитель | 33 | Х | Смирнов К.П. |
| Удостоверение | 34 | Х | № 014703 |
| Лицензионная карточка | 35 | Х | Стандартная |
| Пункт погрузки | 36 | Х | Г. Томск ПАО «ТМЗ» |
| Пункт разгрузки | 37 | Х | Г. Новосибирск НПАО «Индекс» |
| Прицеп: - гос. номер | 38 | Х | № 15-80 |
| - марка | 39 | Х | КАВЗ – 316 |
| - гаражный номер | 40 | Х | 026 |
| Прибытие подпогрузку: ДатаВремя | 41 | Х | 20.05.200 \_ г.8-00 |
| Убытие после погрузки: ДатаВремя | 42 | Х | 20.05.200 \_ г.9-00 |
| Погрузку произвёл: - место | 43 | Х | Цех ОАО «ТМЗ» |
| - механизм | 44 | Х | Кран мостовой |
| Разгрузку произвёл: - место | 45 | Х | Склад НПАО «Индекс» г. Новосибирск |
| - механизм | 46 | Х | Кран козловой |
| Прибытие под разгрузку: - дата | 47 | Х | 20.05.200 \_ г. |
| - время | 48 | Х | 12 ч. 15 м. |
| Прибытие после разгрузки:- дата | 49 | Х | 20.05.200 \_г. |
| - время | 50 | Х | 13 ч. 30 м. |
| Расстояние перевозки: - всего | 51 | км | 280 |
| в т.ч. в городе | 52 | км | 30 |
| Расценка за один км | 53 | руб. | 12 |
| Стоимость услуги экспедирования | 54 | руб. | 360 |

*Критерии оценки:*

Оценка «отлично» - если обучающийся правильно выполнил задание в полном объеме и объяснил.

Оценка «хорошо» - если обучающийся правильно выполнил задание, но при этом допустил одну неточность; объяснил с использованием наводящих вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - если обучающийся выполнил задание, но при этом допустил несколько неточностей; не объяснил отдельные положения.

Оценка «неудовлетворительно» - если обучающийся выполнил не все задание, при этом допустил много неточностей в отведенное время; не объяснил отдельные положения.

Практическое занятие №7

Изучение организации биржевой торговли

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- З3.инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

*Подготовка к занятию:*

Задание на дом:

Найдите информацию в учебниках, журналах, на сайтах в интернет и т.п. по следующим вопросам:

1.Дайте характеристику основных этапов развития биржевой торговли за рубежом (Гол-

ландия, Великобритания, Франция, Япония).

2 История фьючерсной торговли, основные отличия от бирж реального товара.

3 Роль Петра I в развитии биржевой торговли в России.

4 Расскажите об основных вехах развития биржевой торговли в дореволюционной России.

5 В чем отличие русских дореволюционных бирж от американских и западноевропейских

бирж?

6 Состояние биржевой торговли в период НЭПа.

7 Расскажите об условиях и причинах возрождения бирж в 1990 – 1991 гг.

Охарактеризуйте рынок продавца и покупателя.

9 Перечислите отличительные черты биржи как организованного рынка.

10 В чем отличие биржевого и внебиржевого рынков.

11 Сравните продажу товаров на бирже и на оптовой ярмарке. Перечисли их отличитель-

ные черты.

12 Назовите основные признаки классификации бирж.

13 Чем отличаются открытые и закрытые биржи?

14 Почему по характеру деятельности биржи относятся к некоммерческим организациям?

15 Расскажите о деятельности расчетно-клиринговой палаты на товарной бирже.

16 Каков порядок приема в члены биржи?

17 В чем заключается основная деятельность расчетной палаты биржи?

Подготовьте сообщение по найденной информации.

В конце сообщения сформулируйте свой вывод, опираясь на те знания, которые Вы получили во время лекций или изучая самостоятельно.

 *Занятие проводится в следующей форме (в виде семинара):*

Каждый студент докладывает подготовленную информацию.

Группа студентов, во время прослушивания, записывает вопросы к докладчику и потом задает их.

Каждый студент оценивается:

* по полноте представленной информации во время доклада, - 2 балла
* по ответам на вопросы (владеет ли информацией, умеет ли ориентироваться по представленному материалу, знает ли информацию шире, чем была представлена), - 2 балла
* по активности формулирования и задавания вопросов другим студентам – 1 балл

Оценка за практическую работу – сумма полученных баллов.

Практическое занятие №8

Организация работы выставки

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- З3.инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

*Задание:*

Порядок выполнения задания

1.Ответить на вопросы.

- Укажите главное отличие выставки от ярмарки.

- Укажите, какие, на Ваш взгляд, цели преследуют компании, участвующие в выставочно-ярмарочной деятельности.

2.Записать определения: используя ГОСТ Р 53103 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» изучить термины и переписать следующие определения: выставочно-ярмарочная деятельность; экспонат; экспонент; заявка на участие; инфраструктура выставочно-ярмарочной деятельности; выставочная площадь и выставочный стенд.

3.Зарисовать схему: изучить и зарисовать последовательность действий стендиста при ознакомлении посетителей со стендом.

1. Ознакомиться с презентационным материалом: посмотрите презентацию по выставочно-ярмарочной деятельности и выполните задание 5.

5. Выполнить задание (допускается выполнение задания в мини-группе по решению преподавателя).

- Ваша компания планирует принять участие в выставке. Сферу деятельности компании выберите самостоятельно (например, продажа игрушек, книг, школьно-письменных принадлежностей, парфюмерии, одежды и т.п.). Вам необходимо ответить на вопросы:

1. Сфера деятельности Вашей компании
2. Наименование Вашей организации
3. В какой выставке Вы бы приняли участи (по признакам классификации)
4. Какую выставочную площадку Вы бы выбрали в Москве
5. Цели Вашего участия в выставке
6. Сроки проведения выставки (месяц, дни недели, продолжительность и время работы)
7. Какова площадь Вашего выставочного стенда
8. Укажите тип Вашего выставочного стенда
9. Дайте характеристику дизайна Вашего выставочного стенда (оборудование, цветовая гамма, планировка стенда, его оформление)
10. Какими выставочными услугами Вы бы воспользовались
11. Оформите заявку на участие в выставке
12. Особенности работы стендиста
13. Какие информационные материалы Вы бы использовали в процессе работы выставки
14. По результатам работы выставки Вам необходимо оценить эффективность её работы. Как бы Вы это сделали?
15. Какие статьи расходов на организацию и проведение выставки Вы бы предусмотрели?

*Критерии оценивания*

|  |  |
| --- | --- |
| Критерий | Балл |
| Задание1,2,3 выполнено без ошибок. Принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре | 5 |
| Задание1,2,3 выполнено без ошибок. Принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре | 4 |
| Задание1,2,3 выполнено с незначительными ошибками. Принимает участие в работе группы, однако предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения; демонстрирует слабую информационную готовность | 3 |
| Задание1,2,3 выполнено с ошибками, или не выполнено. Не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы. | 2 |

Практическое занятие №9

Проведение деловой игры «Аукцион»

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- З3.инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

*Задание:*

Правила игры:

Все участники перед началом аукциона получают в «банке» первоначальный капитал виде краткосрочного кредита, например, под 30 % годовых (до конца аукциона) в размере 1000 условных монет. В конце аукциона все взявшие кредит должны вернуть в банк 1300 монет. За получение кредита участник аукциона получает номер. Функции банкира выполняет один из участников или сам учитель.

В виде лотов, продаваемых на аукционе, предлагаются вопросы. Правильный ответ на приобретённый вопрос приносит участнику определённый доход. Перед проведением очередного тура, ведущий аукциона объявляет порядок проведения торгов и характер предлагаемых лотов.

1 тур.

«Открытый лот» - конкретный вопрос. Аукционист объявляет правила проведения 1 тура:

- участникам задаётся конкретный вопрос, например, из области рыночной экономики;

- право на ответ может купить любой из участников, заплатив наибольшую сумму в ходе торгов;

- первоначальная стартовая цена каждого лота, т.е. право на ответ составляет 100 монет, а торговый, т.е аукционный шаг - 50 монет;

- называя свою цену участник должен поднять и показать номер, который получил перед аукционом;

- участник, предложивший наибольшую сумму и купивший очередной лот, платит в банк сумму, за которую он купил этот выставленный лот;

- за правильный ответ на вопрос участник получает денежное вознаграждение от 1000 до 1500 монет, в зависимости от сложности вопроса;

- если участник ответил на вопрос неверно, он платит в банк штраф в размере 100 монет, а лот снимается с торгов и может быть выставлен в конце тура для повторной продажи с аукциона;

После объявления правил, аукционист открывает торги.

Объявляется первый открытый лот, например: что такое инфляция? Денежное вознаграждение за правильный ответ на этот вопрос составляет 1ООО монет. Первоначальная стартовая цена - 100 монет. Кто больше?

Затем второй вопрос и так далее (количество вопросов зависит от количества времени и интересов учащихся)

2 тур.

«Полузакрытый лот» - область экономических знаний.

Аукционист объявляет о том, что в этом туре на продажу выставляется не конкретный вопрос, а лишь называется определённая область знаний или раздел.

Участник узнаёт точную формулировку вопроса лишь после того, как он купит выставленный лот.

Цены остаются прежними: первоначальная стартовая цена лота 100 монет, а торговый шаг - 5О монет. При этом цена за правильный ответ возрастает и составляет от 1500 до 2000 монет.

Участник, ответивший неправильно на вопрос, платит штраф 100 монет и лот снимается и может быть выставлен, но уже в качестве открытого лота.

Учитель объявляет начало 2 тура. Аукционист сразу называет сумму денежного вознаграждения за правильный ответ на вопрос, который ещё не прозвучал. Вопрос объявляется лишь после того, как он куплен.

Итак вопрос из области денежного обращения. Денежное вознаграждение - 2000. Первоначальная стартовая цена - 100 монет. Кто больше? После того, как кто - то купил этот лот, аукционист задаёт вопрос: что такое эмиссия денег? Затем второй вопрос и так далее...

3 тур.

«Закрытый лот» - неизвестный вопрос.

Аукционист объявляет, что в этом туре участники покупают закрытый лот, не зная какой вопрос и из какой области знаний. Цена за правильный ответ - от 2000 до 2500 монет.

Объявляется начало торгов 3 тура.

Первоначальная стартовая цена - 100 монет. Вознаграждение за правильный ответ - 2000 монет. Вопрос объявляется лишь после того, как кто - либо купит этот вопрос.

*Критерии оценивания*

|  |  |
| --- | --- |
| Критерий | Балл |
| Принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре | 5 |
| Принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре | 4 |
| Принимает участие в работе группы, однако предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения; демонстрирует слабую информационную готовность | 3 |
| Не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы. | 2 |

Практическое занятие №10

Анализ бизнеса по системе франчайзинга

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- З3.инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

*Задание1:*

Выполните тестовое задание:

- выберите правильный ответ:

1. Преимуществами для франчайзинга являются:
2. установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы;
3. определение финансовой мощи франчайзера;
4. франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса.
5. Франчайзи платит франчайзеру первоначальный взнос и сервисную плату за права на бизнес:
6. да;
7. нет.
8. Франчайзер может предоставить фирме (своему франчайзи) право быть франчайзером в своем регионе. Это называется:
9. субфранчайзинг;
10. аренда;
11. мастер франшиза.
12. Выберите правильный ответ:
13. после подписания договора, франчайзи получает право собственности на товарный знак;
14. право собственности на товарный знак остается у франчайзи после окончания выплат всех платежей;
15. право собственности на товарный знак регулируется франчайзинговым договором;
16. франчайзи вообще не получает прав собственности на товарный знак.
17. Ценообразование в 1С строится с учетом того, что:
18. франчайзи обязан установить цену на товар не ниже цены другого франчайзи из его региона;
19. франчайзи не в праве продавать продукты «1С-Предприятие» по цене, ниже рекомендуемой;
20. франчайзи предоставляется относительная свобода в ценообразовании (в пределах договора);
21. цены на продукты строго фиксированы франчайзером и не должны изменяться.
22. Ограничиваются ли платежи франчайзи вступительн^гм взносом (цензом)?
23. Да.
24. Нет.
25. Обязанностями франчайзера являются:
26. следование производственным стандартам;
27. контроль качества;
28. документация всех правил и положений.

*Задание2:*

Прочитайте предложенные кейсы и дайте ответы на вопросы к ним

Кейс 1. Образовательный франчайзинг

Франчайзинг это способ решить свой бизнес. Отсюда следует, что система франчайзинга применима почти к любому виду деловой активности. Но более прогрессивно он развивается в тех отраслях, для успешного ведения которых необходимо добиться максимального охвата удаленных друг от друга рынков. Поэтому существует точка зрения, что применение франчайзинга именно в сфере услуг, а в частности образовательных услуг, является наиболее перспективным. К примеру, средний объем продаж услуг одного образовательного учреждения США, задействованного в образовательном франчайзинге, составляет 175 тыс. долларов, а доля всех образовательных учреждений составляет примерно 3,5\% от общего числа предприятий, действующих в рамках системы франчайзинга.

В Германии образовательные продукты и услуги занимают четвертое место в списке наиболее крупных сфер франчайзинга по числу задействованных франчайзи.

В настоящее время в Англии образовательный франчайзинг стал наиболее быстро расширяющейся сферой деятельности. К 1991/1992 учебному году количество высших учебных заведений, участвовавших во франчайзинге, составило 40\%. На следующий год цифра достигла 56\%. Число студентов, задействованных во фран-чайзинговых программах, выросло за тот же период с менее чем 10000 чел., в 1991/1992 учебном году до 34 919 чел., в 1992/1993 году, так что в течение года составило 250\%.

В России образовательный франчайзинг имеет 18 образовательных учреждений, реализующих дистанционные технологии обучения (МЭСИ, ЛИНК, СГУ, МГИУ и другие).

Кейс 2. Довгань и др.

Вслед за торговыми марками зарубежных компаний стали появляться продукты российских производителей, марочные образцы, которых были ориентированы на национальные, культурные традиции и историю. В качестве примера успешного продвижения могут служить молочные продукты под торговыми марками «Домик в деревне», «Милая Мила» компании Вимм-Билль-Данн, «Корона Российской империи» и «Русское чаепитие» компании «Майский чай». Успешно привлекает в помощь историю чайная компания «НИКИТИН», продвигая образ своей торговой марки. Размещенная реклама лучших сортов чая фирмы «НИКИТИН» в различных печатных изданиях замечательный образец того, как остроумно обыгрывает-ся название фирмы. Ладья, на борту которой старославянским шрифтом выведено «НИКИТИН», с русичами, отправляющаяся в путешествие на Восток, как нельзя лучше иллюстрирует слоган «ОТКРОЙ СВОЮ ИНДИЮ!», расположенный в верхнем углу рекламного листа. Правый верхний угол отдан логотипу с изображением в стиле былинного персонажа самого Афанасия Никитина на фоне моря и той же ладьи. Причем логотип выполнен в форме марки (обыгрывается понятие «марка фирмы»). Вторая половина рекламной площади словно бы открывает тайну столь остроумной интриги здесь изображены пачки с индийским чаем, разумеется, автор рекламы (рекламное агентство «ТМ») на каждой пачке высвечивает логотип марку. Привлечение исторического аспекта в имидж торговой марки сразу задает моппный эмоционально-энергетический потенциал для дальнейшего развития образа марки и создает некое конкурентное преимущество перед образами других марок. Поэтому возникает необходимость разработки компанией перспективной стратегии художественного развития образа. К примеру, образцом успешного развития образа может служить популярная в свое время на телевидении художественная линия исторических рекламных роликов банка «Империал».

Свое дальнейшее развитие на российском рынке тема патриотизма получила в маркетинговой стратегии компании «Довгань». После августовского кризиса 1998 года снизилось потребление товаров импортных марок. Этот период совпал с активной рекламной компанией торговой марки «Довгань». Ее маркетинговая стратегия заключалась в гарантии качества, которая ассоциировалась у потребителя с запоминающимся и внушающим доверие лицом самого предпринимателя. У создателя марки «Довгань» была попытка воздействовать на потребителя на третьем уровне: он говорил, что любит свою страну, и словно призывал, будьте со мной, и вы станете такими же успешными, как я. Все было очень цельно. Марка «Довгань» имела колоссальный успех, но стремление превратить ее в зонтичную марку для огромного количества самых разных товаров привело к финансовому краху. Впрочем, права на марку были приобретены МФК «Ренессанс», и она до сих пор пользуется определенной популярностью, хотя с выпадением персоны В. Довганя из рекламного сюжета марка, по сути, опять вернулась к функциональному уровню.

Вопросы:

1.Дайте свое видение проблемы.

2.Приведите франчайзинговые компании, действующие сегодня в России.

Кейс 3. Родом из фаст-фуда

Российский франчайзинг в сфере общественного питания начинался с уличного фаст-фуда. Сети мобильных киосков «Стоп-Топ», «Крошка-картошка», «Теремок Русские блины» быстро выросли в Москве и Санкт-Петербурге, а затем устремились и в регионы.

Вслед за мобильным фаст-фудом обратились к франчайзингу и рестораны быстрого обслуживания. Как подсчитали в исследовательской компании Interactive Research Group (IRG), сегодня в одной только Москве работает 71 ресторанная сеть быстрого питания, включающая 168 брэндов. С прошлого года численность предприятий фаст-фуда в столице выросла на 17\%. И рынок еще далеко не заполнен, по обороту он может вырасти вдвое.

Франчайзинговый пакет ресторатора обычно заключает в себе завершенный бизнес-формат: марку и дизайн заведения, технологические методы и методы управления, маркетинговую политику и обучение персонала.

Лидером ресторанного франчайзинга в России является компания «Ростик Групп», с 2000 года открывшая по этой схеме уже 23 предприятия быстрого обслуживания «Ростикс». Кроме того, она предлагает франчайзинговую программу для другого ресторанного брэнда «Патио-Пицца».

«Ростик Групп» три года назад выщелилась в самостоятельную структуру из компании «Росинтер Ресторантс», которая, в свою очередь, владеет правами на продвижение по франчайзину ресторанного брэнда T.G.LFridays. В 2001 году «Росинтер Ресторантс» получила эксклюзивные права на франчайзинг ресторанов «Benihana of Tokio» на территории Европы и в 2003 году открыта первое такое заведение в центре российской столицы.

Франчайзинговые схемы действуют в сетях кафе, кофеен и концептуальных ресторанов. Старейшина российского франчайзинга сеть «Баскин-Роббинс» разрослась за истекшее десятилетие более чем до 100 франчайзинговых и партнерских кафе. ЗАО «Ланч», владеющее сетью трактиров «Елки-Палки», реализует по франчайзингу концепцию русского ресторана.

Все чаще начинают развитие по франчайзину региональные брэнды. Новосибирская компания «Подорожник» предлагает партнерам отлаженную систему быстрого питания, включающую в себя розничную сеть и цех по производству полуфабрикатов. Здесь же, в столице Сибири, местные предприниматели в 1996 году открыли первый ресторан быстрого питания «Нью-Йорк Пицца», который имел ошеломляющий успех у посетителей. Сегодня сеть «Нью-Йорк Пицца» насчитывает 11 ресторанов и является самой крупной за Уралом. Вклад франчайзинга в этот успех весом. Предлагает реализовать по франчайзингу собственную концепцию быстрого обслуживания и сеть ресторанов «Центральный двор» из Екатеринбурга.

Самый низкий объем инвестиций из всех франчайзнинговых предприятий быстрого питания требуется для открытия точки под маркой «Горячие крендели»: всего $150-600. За эти деньги франчайзер готов обеспечить своего партнера оборудованием и продукцией для торговли кренделями и поп-корном. Сегодня «Горячие крендели» имеют уже 50 франчайзинговых точек.

Вопросы:

1.Опишите схему франчайзинга.

2. Что включает в себя франчайзинговый пакет?

3. Какие еще примеры Вы можете привести в области франчайзинга?

Кейс 4. Одни производят другие продают

По приблизительным оценкам экспертов, сегодня в России работают около 100 компаний-франчайзеров и около 5500 франчайзи.

Франчайзерами, выстраивающими торговые промтоварные сети, зачастую становятся производители, столкнувшиеся с проблемой оптимизации сбыта собственной продукции. Безусловным лидером в этой области является компания «Лавка жизни», разбросавшая по всей стране с 1995 года более 2600 франчайзинговых торговых точек. Одно из направлений деятельности этой многопрофильной фирмы -производство товаров для здоровья, биологически активных добавок, витаминов, лечебной косметики, которые реализуются через фран-чайзинговую торговую сеть. Создать такую мощную партнерскую структуру «Лавке жизни» помог хорошо раскрученный брэнд и очень мягкие условия для партнеров.

Выстраивают ритэйлерские сети по франчайзингу многие отечественные швейники и обувщики. Петербургская корпорация «SELA» шьет одежду для детей и взрослых, которую продает через 270 сетевых фирменных магазинов, 200 из которых сотрудничают с ней по франчайзингу.

Озаботилась созданием собственной розничной сети ростовская швейная фабрика «Глория Джинс». Ее руководство поставило перед собой амбициозные планы: открыть в России за пять лет до 3000 магазинов, часть которых будет работать по франчайзингу.

Торгово-производственн^гй холдинг «Легпроммаркет» занимается пошивом женской одежды, разрабатывая в год до 1000 новых моделей. С 2001 года компания формирует торговую сеть, включающую собственные розничные торговые точки и франчайзинго-вые магазины в Москве и других городах. В настоящее время «под крылом» холдинга работают 15 франчайзинговых точек. Строя отношения с франчайзи, компания проводит единую региональную политику, предполагающую равномерное распределение торговых точек на одной территории.

Успешно расширяют сферу своего влияния обувщики. Компания «Эконика» с 1995 года открыла по франчайзингу 34 обувных салона. У фирмы «Пальмира» 20 франчайзинговых торговых точек. В пользование партнеру передается торговая марка, дизайн-проект салона магазина, оборудование. Устанавливаются графики поставки продукции, система отчетности. Практически у всех обувщиков франчайзи платят роялти. Централизованное управление сетью магазинов позволяет проводить единую торговую и маркетинговую политику, что способствует росту продаж и дальнейшему продвижению брэнда.

С 1999 года стала привлекать под свою вывеску независимых продавцов мебели компания «Шатура». Правда, с течением времени тактика у нее изменилась: «Шатура» перешла от «мягкого» варианта сотрудничества к «жесткому», предполагающему подписание всех необходимых документов и соблюдение твердых правил фирменной торговли. Серьезную ставку на франчайзинг как на инструмент, помогающий расширить торговую сеть и оптимизировать систему сбыта, делает и мебельная компания «Феликс».

Появился в этом году франчайзинг даже и в таком бизнесе, как распространение прессы. Агентство «Центропечать», входящее в группу компаний «Логос», начало сдавать свои киоски в аренду с последующим комплексным обслуживанием арендаторов-франчайзи. Это первый пример подобного рода в России.

Вопросы:

1.Какова схема франчайзинга?

2.По каким критериям компания-франчайзер оценивает возможность сотрудничества с компанией-франчайзи?

3.Какими факторами обусловлена работа компаний по фран-чайзинговой схеме?

Кейс 5. Дискаунтеры начинают и выигрывают

На рынке продовольственного ритейла в настоящее время сложилась ситуация, благоприятствующая развитию франчайзин-говых схем.

В Москве доля сетей в обороте розничной торговли всего за несколько лет увеличилась в 100 раз: с 0,2\% в 1999 году до 24\% в 2005 году. По некоторым оценкам, еще через 3 4 года на долю сетевиков будет приходиться до 60\% розничного товарооборота. Сейчас на рынке розничной торговли сформировались две основные группы форматов, которые мало конкурируют между собой, поскольку ориентируются на различные типы покупательского поведения. Первая группа это гипермаркеты и супермаркеты, вторая дискаунтеры и «соседские» магазины. Большинство из них или уже используют франчайзинг, или живо интересуется его технологиями. Ведь со временем одиночным магазинам будет все труднее работать на рынке.

Потребность в дальнейшем насыщении магазинами эконом-класса есть и в Москве, и в городах-миллионниках. Однако этот процесс тормозит острая нехватка подходящих торговых площадей. Свободной недвижимости уже давно практически нет, а продавать свою собственность желающих находится мало. Франчайзинг в таком случае становится способом дальнейшего расширения торговых сетей. А для столичных ритейлеров это еще и мостик в регионы, поскольку розничный рынок там занят местным бизнесом, а уступать ниши пришельцам никто добровольно не собирается.

Крупнейшая сеть дискаунтеров «Пятерочка» (200 магазинов по всей России) первая показала подобный пример расширения бизнеса, открыв в прошлом году в Воронеже франчайзинговый магазин. Сейчас их у «Пятерочки» уже два. Сеть «Копейка», имеющая три франчайзинговых магазина, «смягчила» свою программу франчайзинга, разработав концепцию «Копейки» мини-формата площадью до 400 кв. м, что в два раза меньше стандарта. Это сделано специально для привлечения владельцев одиночных магазинов, располагающих обычно небольшими торговыми площадями. Первые франчайзи этой сети продемонстрировали успешность такой формы сотрудничества, превысив планируемый для них оборот на 30 40\%. В настоящее время «Копейка» ведет переговоры еще с тремя компаниями, которым предложила работать под своей вывеской.

Обычно сетевые дискаунтеры обеспечивают своих франчайзи оборудованием на условиях лизинга. Стоимость переоснащения бизнеса под новый брэнд колеблется в пределах от $100 тыс. до 300 тыс., а размер роялти 1,5 3\% от торгового оборота.

Продвигаются в провинциальные города посредством франчайзинга и сетевые супермаркеты. Например, «Перекресток» разработал для своих региональных партнеров собственную модель дискаунтера. Из трех франчайзинговых магазинов этой сети два имеют именно такой эконом-формат. Однако чтобы получить вывеску «Перекресток», партнер-франчайзи обязан потратить на организацию дела $600 тыс. Для регионального бизнеса это очень солидная сумма, что резко сужает круг потенциальных партнеров. Еще дороже стоят франчайзинговые программы другой крупной московской сети «Седьмой континент». Однако она заявила, что в 2005-2006 гг. намерена продвигаться в другие регионы только по франшизе. Заявлял о себе как о потенциальном франчайзере и «Рамстор».

Вопросы:

1.Опишите понятие «дискаунтер» со своей точки зрения.

2.Какие меры предпринимают крупнейшие сети дискаунтеров для продвижения в регионы?

3.В каких регионах, в основном, востребован франчайзинг?

Кейс 6. Что дал франчайзинг?

Компания «Корус»

С помощью этой технологии удалось создать региональную сеть. Сегодня в нее входит более 20 независимых компаний, работающих под маркой «АМД Лаборатории». В регионы гораздо дешевле выходить с франчайзинговой программой, нежели открывать корпоративные точки.

Сеть винных супермаркетов «Ароматный мир»

Собственная розничная сеть у компании появилась в 1999 году, а в 2001 году открылись первые франчайзинговые магазины. Это два направления развития компании, которые дополняют друг друга. В 2005 году наметилась четкая тенденция к вытеснению мелких независимых операторов и довольно быстрому росту сетей розничной торговли. Поэтому компания рассчитывает, что спрос на нашу франшизу будет расти.

Фирмы «1С»

Компания построила дилерскую сеть, в которую входят более 2800 франчайзи. На сегодняшний день это российский рекорд. Почему франчайзинг? Потому что только он может обеспечить потребности рынка, на котором компания работает. Дело в том, что первоначально фирма «1С» занималась исключительно созданием компьютерных программ и баз данных. Довольно быстро удалось построить собственную дилерскую сеть, которая специализировалась на продаже коробочных программных решений. Но через несколько лет клиенты стали готовы не просто покупать программы, но и платить за их настройку под индивидуальную модель бизнеса. Поэтому в компании решили уделить больше внимания внедрению своих разработок. Однако содержать огромный штат программистов было нерентабельно, отсюда взялась идея развить внедренческую сеть по франчайзингу.

Компании «Баскин Роббинс»

Франчайзинг вывел «Баскин Роббинс» на международный рынок, в том числе и на российский. В России под этой маркой работает около ста независимых кафе. Партнерам компании это выгодно. Например, в США риски, связанные с открытием бизнеса по франшизе «Баскин Роббинс», в 4-5 раз ниже, чем создание полностью независимой фирмы.

Сеть универсамов «Пятерочка»

На основе фрачнайзинга сеть работаем с партнерами в регионах. Эта система помогает увеличивать долю на рышке, а поставщикам наращивать производственные мощности. В настоящее время сеть «Пятерочка» насчитывает 86 универсамов в Санкт-Петербурге, 83 в Москве, 15 в Челябинске, 12 в Воронеже, 7 в Перми, 8 -в Уфе. Часть из них франчайзинговые.

Компания «EF English First»

С помощью франчайзинга компания открыли для себя национальные рынки, на которых невозможно добиться успеха иностранной компании, не знающей специфики местного бизнеса. Сейчас франчайзинговая сеть EF насчитывает 150 партнеров по всему миру: в Мексике, Чили, Польше, Словении, Китае, Индонезии... В 2002 году она пришла в Россию. По оценкам специалистов фран-чайзинговую программу здесь можно назвать успешной: в течение 2003 года открыто четыре партнерских школы «EF English First».

Вопросы:

1.Перечислите возможности, которые открывает франчайзинг для франчайзера и франчайзи.

2.Широко ли используется практика франчайзинга в России?

3.Сравните динамику развития франчайзинга в России и развитых странах.

Кейс 7. «Coca-Cola Company\*

На Западе принято считать, что подкуп торговых сетей с целью вытеснения конкурентов противоречит торговой этике. Однако на нем давно и успешно специализируется такой гигант, как «Coca-Cola Company». В 1997 году компания предложила ресторанам «McDonald's» в США так называемые сиропные бонусы (syrup bonuses) вознаграждение за отказ продавать напитки «Doctor Pepper» и «7Up» составляло в среднем около 1800 литров концентрата Coca-Cola (60 тыс. дополнительных порций напитка) бесплатно каждому ресторану. И, несмотря на огромное количество последовавших со стороны «PepsiCo» антитрастовых исков, этот ход следует признать весьма эффективным. К 1999 году «Coca-Cola» контролировала 65\% американского рынка безалкогольных напитков, распространяемых через рестораны фаст фуд, a «PepsiCo» довольствовалась лить 25\%. Напитки исключительно компании «Coca-Cola» продавали помимо «McDonald's» такие крупные сети, как «Burger King» и «Dominos».

Хотя эксклюзивное дилерство (exclusive dealing) является в США противозаконным считается, что тем самым компания создает себе конкурентные преимущества, «Coca-Cola» всегда удавалось доказать, что эксклюзивные соглашения никак не влияют на положение ее конкурентов.

Проколы случались у «Coca-Cola» лишь в Европе, более строгой в вопросах бизнес-этики. В 1998 году компания-производитель «Coke» в Италии предложила ряду дистрибуторов отказаться от продукции «PepsiCo» в обмен на четырехпроцентную скидку на концентрат этого напитка. Год спустя итальянский антитрастовый департамент вынес решение, что такая политика ущемляет права конкурентов. Однако за это время доля «Pepsi» на местном рынке сократилась на 7\%, а доля «Coca-Cola» выросла на 38\%.

Вопросы:

1. Приведите примеры из российской практики заключения подобных эксклюзивных договоров.
2. Опишите возможные выгоды для сторон, заключивших такой договор.
3. Для производителей какого рода продуктов заключение эксклюзивных договоров с торговыми точками/сетями является самым действенным способом вытеснения конкурентов?

Кейс 8. Сеть уличного питания «Подорожник»

Сеть уличного питания «Подорожник» существует в Сибири с 1995 г. Состоит из 130 точек, расположенных в Кемерове, Новокузнецке, Новосибирске и Санкт-Петербурге. Состав учредителей и оборот сети не раскрывается.

Холдинг «Подорожник» открыл франчайзинговое направление в 2002 г. Созданную для этого компанию «Подорожник-Франчайзинг» возглавил прежний генеральный директор холдинга Анатолий Чернов. «Подорожник» требовал от своих франчайзи инвестиции в строительство сети из 10 киосков и небольшой фабрики в сумме от $500 000, а ежемесячное роялти было установлено в размере 5\% от оборота.

За два года холдингу удалось создать франчайзинговую сеть только в Барнауле там местные бизнесмены открыли 14 киосков. Впрочем, сотрудничество «Подорожника» с барнаульскими предпринимателями не сложилось, и в декабре 2004 года холдинг разорвал франчайзинговый договор.

В качестве причины разрыва отношений с алтайскими партнерами в «Подорожнике» называли «несоблюдение стандартов качества». Однако разрыв договора не помешал алтайским бизнесменам работать под вывеской «Подорожник». Холдинг обратился с иском в арбитражный суд с требованием запретить барнаульской сети использовать товарный знак «Подорожник». Судебные решения ожидаются.

В барнаульской сети сообщили, что их компания с исковыми требованиями не согласна и намерена подать встречный иск к «Подорожнику», так как холдинг не предоставил все необходимые документы, предусмотренные договором франчайзинга.

Неудачный старт проекта на Алтае заставил «Подорожник» отказаться от франчайзинга. В подразделении «Подорожник-Франчайзинг» сообщили, что компания ликвидируется.

Вопросы:

1. По Вашему мнению, чем объясняется неудача холдинга «Подорожник» при создании франчайзинговой сети?
2. Чем вызвана недобросовестность компаний-франчайзи?
3. Какие средства контроля над франчайзи следовало использовать компании?

*Критерии оценки:*

*-* правильность на ответы теста;

- полнота и аргументированность ответа;

- самостоятельность при выполнении практического задания.

Оценка «отлично» - если обучающийся правильно выполнил задание в полном объеме и ответил на вопросы.

Оценка «хорошо» - если обучающийся правильно выполнил задание, но при этом допустил одну неточность; ответил на вопросы с использованием уточняющих вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - если обучающийся выполнил задание, но при этом допустил несколько неточностей; не смог дать ответы на все вопросы к кейсу.

Оценка «неудовлетворительно» - если обучающийся выполнил не все тестовое задание, при этом допустил много неточностей при ответе на вопросы.

Практическое занятие №11

Составление договора лизинга

*Проверяемые результаты обучения:*

- У1.устанавливать коммерческие связи, заключать договоры и контролировать их выполнение;

- З3.инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

*Цель занятия:* изучить основы составления Договора финансового лизинга.

*Порядок проведения занятия*

Основные вопросы для обсуждения

1 Нормативное и законодательное регулирование лизингового

2 Основные положения Закона от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ

«О финансовой аренде (лизинге)».

3 Важнейшие разделы лизингового договора.

4 Основные требования, предъявляемые к договорам лизинга.

5 Обязательства лизингодателя и лизингополучателя.

Вопросы (задания) для самоконтроля:

1 Дайте понятие договора финансовой аренды (лизинга).

2 Перечислите права и обязанности лизингодателя.

3 Перечислите права и обязанности лизингополучателя.

4 Как устанавливается срок в договоре финансовой аренды (ли-

5 Как определяется цена в договоре финансовой аренды (лизин-

6 Как определяется ответственность по договору финансовой

7 Охарактеризуйте особенности договора финансовой аренды

8 Когда наступает прекращение договора финансовой аренды

9 Каков перечень документов, применяемых при заключении до-

10 Какие виды имущества являются предметом лизинговой опе-

11 Укажите, какие ограничения действуют при передаче иму-

12 По Вашему мнению, операция финансового лизинга может

соответствовать признаку прямого лизинга?

*Задание 1* Интернет-задание: Изучить образцы составления Договоров финансового лизинга.

*Задание 2* Составить договор финансовой аренды (лизинга) оборудования.

*Задание 3* Предлагается в приведенном тексте договора финансового лизинга заполнить пропущенные места (Приложение 1). Эти пропуски связаны с отражением в договоре требований обязательных норм и норм, действие которых устанавливается по соглашению сторон (текст договора прилагается и предназначен только для учебных целей. В связи с этим отдельные положения, не имеющие учебной направленности, исключены).

Приложение 1

Договор финансового лизинга

Договор №

г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_ г.

ООО «Лизинг для предпринимателя», зарегистрированное регистрационной палатой г. Москвы в качестве юридического лица "01" января 2006г. peг. № 000.000, именуемое в дальнейшем «Лизингодатель», в лице генерального директора Иванова Ивана Ивановича, действующего на основании Устава, с одной стороны, и \_\_\_\_\_«\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_», зарегистрированное регистрационной палатой г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_в качестве юридического лица "\_\_\_\_\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_19\_\_\_ г. per. № \_\_\_, именуемое в дальнейшем «Лизингополучатель», в лице генерального директора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

1 Предмет договора

Лизингодатель обязуется приобрести у "\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_", именуемого в дальнейшем Продавец, для последующей передачи в финансовый лизинг \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (с выкупом) Лизингополучателю имущество, выбранное Лизингополучателем и перечисленное в спецификации, составляющей неотъемлемую часть настоящего договора (приложение №1). Лизингодатель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в известность Продавца, что приобретаемое имущество будет передано в лизинг Лизингополучателю для осуществления предпринимательской деятельности. Лизингодатель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ответственность за выбор Лизингополучателем типа и технико-технологических параметров имущества и Продавца.

3 Срок лизинговой сделки

Имущество, указанное в приложении № 1 к настоящему договору, передается в лизинг Лизингополучателю для осуществления предпринимательской деятельности на срок \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_года \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_месяц.

Дата начала использования имущества Лизингодателем — день, следующий за днем подписания Акта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, установленная в договоре купли- продажи. Датой завершения лизинговой сделки устанавливается дата перечисления последней суммы лизингового платежа.

4 Лизинговые платежи

Лизингополучатель обязуется выплатить Лизингодателю лизинговые платежи за предоставленное ему право пользования имуществом в сумме \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей.

Выплату лизинговых платежей Лизингополучатель обязуется производить \_\_\_\_\_\_\_\_\_ в размерах, установленных графи ком, приведенном в приложении № 2, являющимся неотъемлемой частью настоящего договора.

Перечисление лизинговых платежей Лизингополучатель осуществляет в\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_банковский день месяца независимо от фактического использования оборудования.

5 Поставка и приемка оборудования

Приемка имущества, передаваемого Лизингодателем по на стоящему договору, производится \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ обязуется проверить количество, качество и комплектность имущества в соответствии с договором купли-продажи, заключенным между Лизингодателем

и Продавцом, и подписать Акт \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

С момента подписания Акта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Лизингополучатель принимает на себя все права по предъявлению претензий к Продавцу по выполнению последними гарантийных обязательств и освобождает Лизингодателя от всех, связанных с этими отношениями, убытков и судебных исков, а также отказывается от прямых или косвенных претензий к Лизингодателю по качеству имущества.

Лизингополучатель обязуется в течение одного календарного месяца с даты подписания Акта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ :

– выполнить комплекс работ, необходимых для ввода в эксплуатацию имущества;

– заключить договор страхования имущества.

По завершении работ Лизингополучатель представляет Лизингодателю подписывают Акт \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ и договор страхования имущества.

Лизингополучатель может начать использовать оборудование в своей предпринимательской деятельности в соответствии с условиями настоящего договора только со дня, следующего за днем подписания Акта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Все расходы, связанные с приемкой, вводом в эксплуатацию и страхованием

имущества, несет Лизингополучатель.

6 Постановка имущества на баланс и механизм ускоренной амортизации

По согласованию между Лизингодателем и Лизингополучателем:

– имущество, полученное по настоящему договору, учитывается на балансе\_\_\_\_\_\_;

– к имуществу, применяется механизм ускоренной амортизации с коэффициентом3 (три).

9 Изменения в имуществе

Лизингополучатель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ без письменного согласия изготовителей и Лизингодателя вносить изменения и/или дополнения в имущество, а также изменять

режим работы, функции или качество имущества.

Указанное требование не распространяется на установку свободно отделяемых дополнительных устройств и приборов, улучшающего условия эксплуатации. По первому требованию Лизингодателя Лизингополучатель обязан демонтировать дополнительно установленные устройства и приборы и восстановить имущество в его первоначальном состоянии за свой счет.

13 Утрата или повреждение имущества

Лизингополучатель, начиная с даты подписания Акта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ имущества, принимает на себя риск повреждения имущества или любой его части независимо от того, чем это вызвано (за исключением износа в процессе его эксплуатации в соответствии с условиями настоящего договора).

В случае повреждения имущества Лизингополучатель за свой счет должен немедленно восстановить его и поддерживать его в работоспособном состоянии.

В случае, если имущество стало непригодными, Лизингополучатель должен по

требованию Лизингодателя немедленно перечислить последнему лизинговые платежи

за использование данного имущества за весь период действия настоящего договора.

14 Страхование

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ обязуется застраховать оборудование от своего имени и за свой счет в пользу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Оформление договора страхования имущества должно предшествовать подписанию Акта ввода оборудования в эксплуатацию. Страховое обязательство должно иметь силу на протяжении всего срока действия настоящего договора. Страховая сумма по величине должна быть достаточной для покрытия невыплаченной части амортизационных отчислений.

Лизингополучатель должен уведомить Лизингодателя о внесении страховых взносов по договору, предусмотренному в данной статье, равно как и по каждой возобновляемой страховке.

Невозможность восстановления всех убытков средствами, полученными по страховке, заключенным в соответствии с данной статьей, не освобождает Лизингополучателя от обязательств, взятых на себя в рамках настоящего договора.

Приложения

К настоящему договору прилагаются:

1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Лизингодатель:

Лизингополучатель:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

« \_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_г.

« \_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_г.

М.П.

М.П.

Практическое занятие №12

Работа с нормативными документами по теме: Государственное регулирование коммерческой деятельности

*Проверяемые результаты обучения:*

-З2. государственное регулирование коммерческой деятельности;

*Цель занятия:* проанализировать меры государства по регулированию коммерческой деятельности.

*Информация для выполнения задания*

Экономическое регулирование предпринимательства со стороны государства осуществляется через антимонопольное урегулирование, применяя различные ограничения для монополистов в налоговой, кредитной, ценовой сферах. Одновременно государство поддерживает развитие малого среднего бизнеса через налоговые льготы и первоочередное кредитование и лицензирование отдельных видов деятельности. Утвержден перечень видов лицензируемой деятельности и порядок лицензирования. Вопрос о выдаче лицензии д.б. рассмотрен местной администрацией в течении 15 дней со времени подачи заявки.

Государство регулирует формирование и применение цен на товары, работы и услуги (прежде всего продукцию сырьевых отраслей, а также на ограниченный круг соц.значимых товаров и услуг). Государство предоставляет льготное кредитование дотации и субсидии отдельным отраслям. Государство осуществляет четкий контроль качества продукции, регулирует внеш.эконом, деятельность.

Антимонопольное регулирование ПД

Процесс развития рыночных отношений всегда сталкивается с появлением монополизма и каждое государство стремится регулировать монополизм на рынке. В нашей стране в целях законодательного регулирования монополии принят закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», а также принятие на его основе правила рассмотрения о нарушениях антимонопольного законодательства и др.

Цель этих документов - предупредить ограничить и пресечь монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию, создать условия для формирования и функционирование товарных рынков.

Монополистической деятельностью признаются действия хозяйствующих субъектов или органов власти, направленные на ограничение или устранение конкуренции и причиняющие вред потребителям. В перечень этих действий включены:

- злоупотребление хоз.субъектами доминирующим положениям на рынке. К их числу относятся: - изъятие товаров из обращения с целью создания или поддержания искусственного дефицита, либо повышение цен.

- навязывание контрагенту невыгодных условий договора

- создание препятствий доступу на рынок

- нарушение установленного норматив. актами порядка ценообразование.

- Соглашение хоз.субъектов (сговор), ограничающих конкуренцию.

К таким действиям отнесены:

- установление высоких цен, тарифов, скидок, надбавок и т.д.

- раздел рынка по территориальному признаку, объему продаж, ассортименту, кругу продавцов или покупателей.

- ограничение доступа на рынок или устранение с него конкурентов

- отказ о заключении договора с определенными продавцами или покупателями

Акты и действия органов власти и управления, направленные на ограничение конкуренции.

Органам власти не разрешается:

- устанавливать запреты на определенные виды хоз.деятельности

- препятствовать продажи, обмену товара с одного региона в другой

- необоснованно предоставлять отдельным предпринимателям налоговые или иные льготы

Соглашение (сговор) органов власти и управленияя ограничивающее конкуренцию.

Запрещаются или признаются не действительными соглашения направленные на:

- повышение или снижение цен и тарифов. разделение рынка по территориальному признаку объекту продаж или закупок и т.д.

В целях ограничения монополизма запрещено должностным лицам заниматься ПД.

В соответствии с законом для признания положения предприятия на рынке доминирующим, необходимо наличие двух условий:

1. Доли на рынке и способности ограничить конкуренцию.

2. Также если его доля на рынке превышает 35%

Законом дано определение не добросовестной конкуренции

(распространенных ложных неточных или искаженных сведений, ввести потребителя в заблуждение относительно способа и места изготовления, самовольное использование товарного знака, разглашение коммерческой тайны).

Для проведение антимонопольной политики в стране созданы спец.органы власти:

госкомитет по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур.

Задача антимонопольных органов - выполнение на основе закона двух функций:

1. Репрессивных

2. Созидательных

Репрессивная функция сводится к осуществлению контроля за деятельностью гос.субъектов, органов гос.власти и управления, привлечение нарушителей к ответственности.

К созидательным относятся функции способствующие формированию рыночных отношений, на основе конкуренции и предпринимательства.

Для выполнения поставленных задач антимонопольные органы используют средства воздействия: предписание и наложение административных взысканий.

Антимонопольный комитет утверждает гос. реестр предприятий -монополистов, если их доля превышает 35 %. Включение предприятий в реестр определяет ряд неблагоприятных для него последствий.

Введение текущего контроля за производством и качеством продукции гос. контроля за ценами, контроль за прибылью и ее распределение.

Предприятие монополистов имеет право устанавливать цену на продукцию, не включенные в реестр.

Однако эти предприятия обязаны осуществлять декларирование повышения свободных цен на продукцию, по которой они являются монополистами.

При подачи заявления об исключении из реестра, предприятие должно предоставить программу демонополизации.

Антимонопольный закон устанавливает несколько видов санкций за нарушение его запретов:

- возмещение убытков, причиненных монополистической деятельностью и недобросовестной конкуренцией

- штрафы за уклонение предписания антимонопольного комитета '

- должностные лица получают предупреждение или штраф

Штрафы могут быть взысканы через арбитражный суд (для предприятий) или общий суд для должностных лиц.

Государственное регулирование установления и применения цен на товары, работы и слуги.

Государство определяет порядок установления и применение цен и контролирует его соблюдение. Государство в предусмотренных законом случаев:

- утверждает фиксированные цены

- устанавливает предельные размеры

- либо придельные уровни рентабельности

Пределы вмешательства государства в ценообразование определены: законами РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Указом президента РФ «О мерах по либерализации цен». Рядом постановление правительства и ведомственными актами межотраслевого характера.

В зависимости от порядка установления в ПД используются цены:

- рыночные

- регулируемые

- фиксированные

- цены (тарифы)

1. Рыночной считается цена товара, которая складывается без прямого госуд. воздействия под влиянием спроса и предложения. Это свободная цена устанавливаемая при заключении договора.

2. Регулируемая цена определяется при прямом государственном воздействии на нее путем установления предела цены, предельного уровня рентабельности и уровня наценок (скидок).

3. Фиксированная цена - это твердо устанавливаемая цена.

4. Цены - тарифы, которые предприниматели определяют по соглашению с потребителями реализуемой продукции, называются: договорными. Договорная цена м.б. предложена любой стороной и закреплена в договоре, письмах, которыми обмениваются стороны.

Указом президента РФ «О мерах по либерализации цен» предусмотрено применение в основном свободных (рыночных) цен. Исключение составляет отдельные виды на виды продукции и услуг, определяющие общий уровень и динамику цен, а также социально значимые товары и услуги. По ним устанавливаются госуд. регулируемые цены и тарифы.

Предприниматели в праве предложить своим контрагентам любую цену на товар если она не попадает в сферу государственного регулирования на ряду с антимонопольными мерами законодательства, о ценах предусмотрено стимулирование технического прогресса. Так, например придельный уровень рентабельности не применяется на прирост прибыли полученный за прирост новой высокоэффективной продукции, а также в тех случаях когда дополнительная прибыль получена за счет снижения себестоимости продукции в результате применения новых технологий и ресурсосбережения.

В качестве нарушения госуд. дисциплины цен рассматриваются следующие действия предпринимателей:

- завышение государственных регулируемых цен (фиксируемых цен, предельных уровней рентабельности и т.д.)

- завышение цен при декларировании

- завышение надбавок к регулируемым ценам, непредставление или занижение установленных скидок

- включение в стоимость товара работ, учтенных при формировании цены , но фактически не выполненных и т.д.

Нарушение государственной дисциплины цены, порядка их декларирования, незаконное повышение, может повлечь применение уголовной ответственности к гражданам - предпринимателям , должностным лицам хозяйствующих субъектов.

В сфере торговли предпринимательскую деятельность регулирует Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» согласно Закону Государственное регулирование торговой деятельности осуществляется посредством:

1) установления требований к ее организации и осуществлению;

2) антимонопольного регулирования в этой области;

3) информационного обеспечения в этой области;

4) государственного контроля (надзора), муниципального контроля в этой области.

*Задание 1*

Изучите информацию к занятию и кратко законспектируйте основные положения экономического регулирования, антимонопольного регулирования предпринимательской деятельности, государственного регулирования установления и применения цен на товары, работы и слуги.

*Задание 2*

Изучите методы государственного регулирование торговой деятельности в ФЗ Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»:

-запишите в конспекте наименования глав и статей ФЗ, изучите содержание каждой статьи ФЗ;

-законспектируйте содержание статьи 3и 4 о регулировании в сфере торговли

-внимательно изучите содержание статьи 9. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

*Контрольные вопросы:*

1. Какие нормативные акты регулируют предпринимательскую деятельность?

2. В чем заключается государственное регулирование установления и применения цен на товары, работы и слуги?

3. Какие санкции устанавливает антимонопольный закон за нарушение его запретов?

4. В чем сущность недобросовестной конкуренции?

*Критерии оценивания:*

|  |  |
| --- | --- |
| Отметка | Критерии |
| «5»(отлично) | Обучающийся * правильно выполнил все практическое задание. При этом выявленные знания соответствовали объему и глубине их раскрытия в учебно-программном материале;
 |
| «4» (хорошо) | Обучающийся:* допустил незначительные ошибки при выполнении заданий, а затем в процессе беседы с преподавателем - самостоятельно делает необходимые уточнения и дополнения.
 |
| «3»(удовлетворительно) | Обучающийся:* при выполнении заданий обнаружил наличие минимального объема знаний, не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения.
 |
| «2»(неудовлетворительно) | Обучающийся:* не выполнил задания, не владеет даже минимальным материалом, определенным в учебно-программной документации.
 |

Список литературы:

**Основная литература**

Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник для образовательных учреждений СПО / О. В. Памбухчиянц. — 3-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 268 с. - ISBN 978-5-394-03745-0. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091543 (дата обращения: 21.02.2021). - Текст: электронный. – Режим доступа: по подписке.

Рекомендовано ФГАУ «ФИРО»

Иванов, Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: КноРус, 2021. — 222 с. — ISBN 978-5-406-02406-5. — URL: https://book.ru/book/936103 (дата обращения: 22.12.2020). — Текст: электронный.

Рек. экспертным советом УМО

Рыжиков, С.Н. Управление ассортиментом товаров: учебник / С.Н. Рыжиков, Ю.М. Демидова. — Москва: КноРус, 2021. — 322 с. — (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-06170-1. — URL: https://book.ru/book/938665 (дата обращения: 26.12.2020). — Текст: электронный.

Рек. экспертным советом УМО

Кащенко, В. Ф. Торговое оборудование: учебное пособие / В.Ф. Кащенко, Л.В. Кащенко. - Москва: Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 398 с.: ил. - (ПРОФИль). - ISBN 978-5-98281-070-0. - URL: https://znanium.com/catalog/product/927439 (дата обращения: 21.02.2021). - Текст: электронный. – Режим доступа: по подписке.

Допущено Минобрнауки

Прокопенко, Н.А. Охрана труда: учебник /Н.А. Прокопенко, Н.В.Косолапова. — Москва : КноРус, 2021. — 181 с. — ISBN 978-5-406-02471-3. — (Среднее профессиональное образование).— URL: https://book.ru/book/936237 (дата обращения: 21.02.2021). — Текст: электронный.

Рекомендовано ФГАУ ФИРО

Попов, Ю.П. Охрана труда: учебное пособие / Ю.П.Попов, В.В.Колтунов. — 6-е изд., исправ. и доп. - Москва : КноРус, 2020. — 226 с. — ISBN 978-5-406-07845-7. — (Среднее профессиональное образование).— URL: https://book.ru/book/934358 (дата обращения: 21.02.2021). — Текст: электронный.

**Дополнительная литература**

Рыжиков, С.Н. Управление ассортиментом товаров: учебник / С.Н. Рыжиков, Ю.М. Демидова. — Москва: КноРус, 2021. — 322 с. — (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-06170-1. — URL: https://book.ru/book/938665 (дата обращения: 26.12.2020). — Текст: электронный.

Рек. экспертным советом УМО

**Интернет-ресурсы**

«ГОСТ» - главный общественный сайт о товарах - URL: https://tovaroved.clan.su/(дата обращения: 22.12.2020). — Текст: электронный.

Общество защиты прав потребителей - URL: <http://ozpp.ru/> (дата обращения: 22.12.2020). — Текст: электронный