**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РЕГІ ім. СТЕПАНА ДЕМ’ЯНЧУКА**

**shura19@yandex.ru**

***Контрольна робота***

***з дисципліни “Основи комерційного бізнесу”***

**Виконала:**

**Перевірив:**

*РІВНЕ - 2004*

1. Суть комерційної діяльності на підприємстві.

Що таке комерція? Уміння перепродати дорожче? Якоюсь мірою так, але не тільки це. Поняття «комерція» значно ширше, більш глибоке по змісту й умінню її здійснювати.

**Комерція** – вид торгового підприємництва чи бізнесу, але бізнесу шляхетного, того бізнесу, що є основою будь-якої по-справжньому цивілізованої ринкової економіки.

Комерція – слово латинського походження (від лат. *commercium* – торгівля). Однак треба мати на увазі, що термін «торгівля» має двояке значення: в одному випадку він означає самостійну галузь народного господарства (торгівлю), в іншому – торгові процеси, спрямовані на здійснення актів купівлі-продажу товарів. Комерційна діяльність зв'язана з другим поняттям торгівлі – торговими процесами по здійсненню актів купівлі-продажу з метою одержання прибутку.

Тлумачний словник В.І.Даля визначає комерцію як «торг, торгівля, торгові обороти, купецькі промисли». Інакше кажучи, ці поняття припускають здійснення актів купівлі-продажу з наміром купити дешевше, а продати дорожче. У широкому значенні під комерцією часто розуміють будь-яку діяльність, спрямовану на одержання прибутку.

Однак таке широке тлумачення комерційної діяльності не погодиться з раніше викладеним підходом до комерції як торговим процесам по здійсненню актів купівлі-продажу товарів.

Комерційна діяльність підприємства – більш вузьке поняття, ніж підприємництво. Підприємництво – це організація економічної, виробничої й іншої діяльності, що приносить підприємцю доход. Підприємництво може означати організацію промислового підприємства, сільського фермерського господарства, торгового підприємства, підприємства обслуговування, банку, адвокатської контори, видавництва, дослідницької установи, кооперативу і т.д. Із усіх цих видів підприємницької діяльності тільки торгова справа є в чистому виді комерційною діяльністю. Таким чином, комерцію варто розглядати як одну з форм (видів) підприємницької діяльності. У той же час і в деяких видах підприємницької діяльності можуть здійснюватися операції по купівлі-продажу товарів, сировини, заготовленої продукції, напівфабрикатів і т.п., тобто елементи комерційної діяльності можуть здійснюватися у всіх видах підприємництва, але не є для них визначальними, головними.

Отже, **комерційна робота підприємства** являє собою велику сферу оперативно-організаційної діяльності торгових організацій і підприємств, спрямована на здійснення процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту населення й одержання прибутку.

Акт купівлі-продажу товарів базується на основній формулі товарного обігу – зміні форми вартості:

**Г – Т** и  **Т’ – Г’**

З цього випливає, що комерційна діяльність підприємства – поняття більш широке, ніж проста купівля-продаж товару, тобто щоб акт купівлі-продажу відбувся, торговому підприємцю необхідно зробити деякі оперативно-організаційні і господарські операції, у тому числі вивчення попиту населення і ринку збуту товарів, перебування постачальників і покупців товарів, налагодження з ними раціональних господарських зв'язків, транспортування товарів, рекламно-інформаційну роботу зі збуту товарів, організацію торгового обслуговування і т.д.

Простий перепродаж товарів з метою одержання прибутку, чи інакше «вироблення» грошей з чогось, є власне кажучи спекулятивною угодою, що не представляє собою корисної комерційної діяльності (шляхетного бізнесу).

***2. Зміст комерційної роботи та продажу товарів.***

У нових умовах господарювання комерційна діяльність розглядається як визначальна основа торгового підприємства. Одночасно підсилюється увага до функцій і структури управління комерційною діяльністю підприємства. Система управління носить досить динамічний характер, спрямований на адаптацію структури комерційної діяльності до особливостей і тенденцій розвитку ринку.

При управлінні комерційною діяльністю виконуються функції процесу управління: планування, організація, облік і контроль.

**Планування** - одна з найважливіших функцій управління комерційною діяльністю торгового підприємства. Планування закупівель, товарних запасів і продажів зв'язано з динамікою торгових процесів і сприяє досягненню поставлених цілей торгового підприємства. Плани закупівель і продажів звичайно містять показники, що повинні бути досягнуті в результаті їхнього виконання. У планах відбивається зміст робіт, установлюється персональна відповідальність за їхнє виконання, намічаються терміни і визначаються методи контролю й аналізу ефективності виконання завдань.

**Сутність організації** як функції управління заключається в упорядкуванні, узгодженні, регламентуванні дій виконавців, що беруть участь у процесах закупівлі, продажі і просування товарів до споживачів. Організація управління включає також оперативне регулювання, під яким маються на увазі поточні управлінські рішення, інструкції, накази, розпорядження, указівки, вироблювані і прийняті суб'єктами управління відповідно до конкретної ринкової ситуації.

**Облік** як функція управління комерційною діяльністю являє собою документальне оформлення надходжень, приймання, реалізації товарів і їхнього руху в торговому підприємстві. Завдяки обліку забезпечується схоронність матеріальних цінностей і коштів, контроль за торговими процесами і результатами комерційної діяльності.

**Під контролем** мається на увазі активне спостереження за виконанням управлінських впливів, перевірка дотримання документів, що регламентують комерційно-підприємницьку діяльність торгового підприємства. Контроль разом з обліком інформує підприємця про результативність торгових процесів і служить засобом коригувального впливу з боку органів управління на тих, кому слід виконувати керуючі рішення.

У великих торгових підприємствах у процесі управління комерційною діяльністю реалізуються такі функції управління, як економічний аналіз показників комерційної діяльності, прогнозування попиту і продажів.

**Джерела здійснення комерційної діяльності**

Правові і нормативні акти, які використовують для прийняття комерційних рішень і виконання комерційних задач

Ринкове середовище і ринкові важелі, які впливають на політику комерційної діяльності.

Взаємозв’язок обраної стратегії розвитку торгового підприємства з позиціями комерційної діяльності.

Внутрішній механізм впливу на комерційну діяльність, погоджений з попитом і можливостями споживачів.

Методи і засоби, необхідні для досягнення поставлених цілей в комерції с врахуванням перемінних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

*Рис. 1. Основні джерела здійснення комерційної діяльності підприємства.*

Функції комерції обумовлені взаємодією з ринками, споживачами, конкурентами й іншими елементами зовнішнього середовища. Отримані вихідні дані з внутрішніх і зовнішніх джерел трансформуються в інформацію, на основі якої здійснюється комерційна діяльність у торговому підприємстві (рис. 1). В міру становлення ринку передбачається проведення коректувань у системі управління комерційною діяльністю на основі всебічного аналізу діяльності торгового підприємства і факторів зовнішнього середовища.

У зарубіжній практиці виділяються два аспекти комерції: *один* зв'язаний з діяльністю служби комерції, а *інший* - із забезпеченням взаємних інтересів між структурними підрозділами підприємства і комерційною службою. У рамках першого аспекту діяльність служби комерції орієнтована на один з наступних варіантів: товари; функції; товарні ринки і покупці; товари і функції; функції і товарні ринки. З цього переліку переважають варіанти по товарах і по функціях.

Розглянемо структуру управління комерційним підрозділом у цих двох варіантах.

На рис. 2 зображена структура управління комерційною службою, до складу якої входять комерційні групи, спеціалізовані по товарній ознаці. У кожній групі зосереджена визначена номенклатура товарів. Ці групи здійснюють закупівлю і продаж товарів з урахуванням потреб покупців і скорочення витрат обігу.

#### Адміністрація торгової фірми

#### Комерційна служба

#### Група по товарам А

#### Група по товарам Б

#### Група по товарам В

*Рис. 2. Структура управління комерційною службою по товарній ознаці.*

На рис. 3 представлена структура управління комерційним підрозділом, що діє по функціональній ознаці. Весь ланцюжок обігу продукції представлений чотирма блоками, кожний з який наділений властивими йому функціями, у тому числі і комерційними. Перший блок забезпечує закупівлю сировини для виготовлення продукції на своїх підприємствах, що потім надходить у продаж. Другий блок здійснює прямі закупівлі товарів у виробників для наступної реалізації. Третій блок зв'язаний із просуванням товарів, супроводжуваним складуванням і збереженням. Четвертий блок виконує операції по підготовці товарів до продажу і подачі до місць продажу. Усі товари, що надходять у продаж, групуються по однорідній ознаці. Комерційна діяльність координується і контролюється комерційним директором, що підпорядковується керівнику торгової фірми (компанії).

#### Керівник торгової фірми

#### Комерційний директор

#### Закупка товарів

#### Закупка сировини для виготовлення продукції

#### Просування товарів

#### Реалізація товарів

по групам однорідного складу

*Рис. 3. Структура управління комерційною службою по функціональній ознаці.*

Важливою умовою ефективності управління комерційною діяльністю є її місце розташування і взаємозалежних дій в організаційній структурі підприємства. Ці ознаки визначаються сферою діяльності підприємства, його стратегічним курсом і обсягом реалізації продукції.

Існує кілька типів організаційної структури торгового підприємства:

* лінійна,
* функціональна,
* лінійно-функціональна,
* лінійно-штабна,
* дивізіональна,
* матрична й ін.

Звичайно малі торгові підприємства починають свою діяльність із простої *лінійної організації*, у якій розподіл повноважень йде зверху вниз.

*Функціональне управління*, широко використовуване в середніх торгових підприємствах, - це управління по окремих функціях (маркетинг, фінанси, збут, кадри), при якому вища ланка керує співробітниками низових рівнів, але тільки в межах однієї функції. Основу лінійно-функціональних структур складає так називаний шахтний принцип побудови і спеціалізації управлінського процесу по основних функціях. По кожній з них формується ієрархія служб по рівнях (шахтам), що пронизує всю організацію від верху до низу.

*Лінійно-функціональні* структури найбільш ефективні в умовах використання апаратом управління певного заданого алгоритму при вирішенні типових завдань. Однак при лінійно-функціональному управлінні слабко враховуються внутрішні і зовнішні умови діяльності торгового підприємства, які постійно змінюються, допускається нераціональний розподіл інформаційних потоків, перевищуються норми керованості, особливо в керівників вищої ланки.

Суть *лінійно-штабної організаційної структури* полягає в тому, що при лінійному керівнику створюється в допомогу йому група фахівців, так називаний штаб, чи оперативно-аналітичний відділ. У його задачі входить: одержання й аналіз інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище; здійснення контролю; підготовка проектів рішень; поточне інформування і консультування керівництва. При штабній структурі управління вища ланка керівників значною мірою звільняється від допоміжних, другорядних функцій у процесі управління.

*Дивізіональна організаційна структура* припускає розподіл організації на елементи і блоки по видах товарів чи послуг, групам покупців чи географічним районам. Розробка такої структури викликана розширенням масштабів підприємств, диверсифікованістю виробництва і змінами зовнішнього середовища.

При *матричній структурі управління* сполучаються вертикальні лінійні і функціональні зв'язки з горизонтальними. Персонал функціональних підрозділів, залишаючись у їхньому складі і підпорядкуванні, зобов'язаний також виконувати вказівки керівників проектів чи спеціальних штабів, що утворяться для керівництва окремими проектами і роботами. Керівники проектів установлюють склад і черговість робіт, а керівники підрозділів несуть відповідальність за їхнє належне і своєчасне виконання.

***3. Механізм розрахунку лізингового платежу.***

Відповідальним і одним з найбільш складних етапів підготовки лізингової угоди є визначення суми лізингових платежів. У відповідності зі ст. 7 Закону України «ПРО лізинг» розмір, графік сплати й умови перегляду лізингових платежів відносяться до істотних умов договору лізингу, склад і розмір цих платежів повинні бути економічно обґрунтовані на аграрному підприємстві.

У загальному вигляді лізингові платежі є однією з економічних форм реалізації права власності на майно (об'єкт лізингу), а саме формою розподілу між лізингоотримувачем-користувачем і лізингодавцем — власником доходу (прибутку), створеного в процесі використання об'єкта лізингу. Якщо для лізингодавця лізингова угода має сенс за умови одержання визначеного прибутку (не менше ніж по внесках у банк), то і лізингоотримувач після сплати платежів повинен одержати доход, достатній для розширеного відтворення й особистого споживання.

Крім розподілу прибутку, лізингові платежі виконують функції відшкодування вартості лізингового майна, нагромадження капіталу і стимулювання підприємницької діяльності.

Об'єктивною основою визначення розміру плати за лізинг є вартість і стан об'єкта лізингу, норми амортизації, відсотки за кредит, вартість супутніх послуг лізингодавця і постачальника, податкові пільги й ін. Нижньою межею суми лізингових платежів при фінансовому лізингу є їх мінімально можливий рівень, при якому забезпечується просте відтворення об'єкта лізингу.

Однією з головних переваг лізингових операцій у аграрній сфері, крім можливості користування об'єктом лізингу без сплати його вартості, є гнучкість лізингових платежів. Класичний лізинг передбачає можливість установлення порядку сплати лізингових платежів за домовленістю сторін (відповідно до діючого в тій чи іншій країні фінансового законодавства). Визначення за домовленістю сторін розміру, способу, форми і термінів внесення лізингових платежів і умов їхнього перегляду продекларовано в п. 3 ст. 16 Закону України «ПРО лізинг».

Результати аналізу світового досвіду показують, що лізингові платежі можуть розрізнятися і по складу елементів, що враховуються при їхньому розрахунку, і по методу нарахування платежів, і по способу і періодичності сплати, і за формою розрахунків.

Так, по способу сплати розрізняють платежі лінійні (рівними частками), прогресивні (розмірами, що збільшуються), дигресивні (зменшуваними розмірами), прискорені, сезонні й ін.

По періодичності сплати платежі поділяються на щорічні, піврічні, щоквартальні і щомісячні, а по термінах їхнього внесення — на внесені на початку, у середині і наприкінці періоду сплати.

Законом України «ПРО лізинг» визначені наступні обов'язкові складові (елементи) лізингових платежів (п. 2 ст. 16):

* сума, що відшкодовує при кожнім платежі частину вартості об'єкта лізингу, який амортизується за термін, за який вноситься лізинговий платіж;
* сума, що сплачується лізингодавцю як відсоток за притягнутий ним кредит для придбання майна за договором лізингу;
* платіж як винагорода лізингодавцю за отримане в лізинг майно;
* сума відшкодування страхових платежів за договором страхування об'єкта лізингу, якщо об'єкт застрахований лізингодавцем;
* інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу.

Результати аналізу договорів лізингу і відповідної науково-методичної літератури показали, що до складу платежів можуть також входити:

* + премія лізингодавцю за ризик;
  + митні платежі;
  + сума податків, що лізингодавець сплачує за об'єкт лізингу, якщо такі передбачені чинним законодавством.

Вигідним для лізингоотримувача є включення в загальну вартість лізингу також наступних витрат:

* + - на транспортування об'єкта лізингу до місця його експлуатації;
    - на монтажні і пусконалагоджувальні роботи;
    - на навчання фахівців для роботи на лізинговому устаткуванні й ін.

Таким чином, сума лізингових платежів на аграрному підприємстві не зводиться тільки до вартості повної чи часткової амортизації об'єкта лізингу, як це іноді вважають. Структура платежів має багатокомпонентний характер. Розглянемо деякі їх складові.

Відшкодування вартості, точніше залишкової вартості, об'єкта лізингу здійснюється по періодах, як правило, у розмірі відповідних амортизаційних відрахувань. Згідно ст. 18 Закону України «ПРО лізинг» договором лізингу за домовленістю сторін може бути передбачена прискорена амортизація об'єкта лізингу.

Однак сума відшкодування вартості об'єкта лізингу не обов'язково повинна бути рівною нарахованій амортизації. Це має принципове значення.

Плата за кредитні ресурси (відсоток за кредит) визначається шляхом множення величини кредитних ресурсів на кредитну ставку у відсотках, ділену на 100. При цьому під кредитними ресурсами розуміється сума боргу, котра постійно зменшується, і тому плата за кредит також постійно зменшується.

Винагорода лізингодавця (лізингова маржа, комісійна винагорода й ін.) містить у собі власні витрати лізингодавця і його прибуток. До складу зазначених витрат входить, наприклад, оплата послуг лізингових брокерів.

Щодо розміру комісійної винагороди існують різні думки. Найчастіше вважають, що він визначається за кожен період шляхом множення несплаченої вартості лізингового майна на річну процентну ставку комісійної винагороди в частках.

Додаткові послуги лізингодавця лізингоотримувачу можуть бути непостійними й оплачуватися нерівномірно. Це залежить від утримування, обсягу і періодичності (тривалості) послуг і умов укладеного договору лізингу. Вартість послуг може бути обчислена і додана до основної суми лізингового платежу. До додаткових послуг відносяться:

* інформаційні, консалтингові, юридичні;
* технічні;
* по навчанню персоналу;
* рекламні (витрати на рекламу лізингодавця);
* оплата відряджень лізингоотримувача;
* інші послуги лізингодавця.

Розмір премії за ризик залежить від рівня і видів ризику лізингодавця при реалізації лізингової угоди. Премія за ризик лізингодавця може бути врахована в ставці його комісійної винагороди, а через неї — у ставці лізингового відсотка, що поєднує ставки по кредитах і комісійній винагороді. Чим більше ризик, тим вище ставка.

Проблема сплати мита виникає по договорах міжнародного лізингу, а її розмір визначається відповідно до вимог діючого законодавства.

Загальна сума лізингових платежів на аграрному підприємстві не є постійною величиною. Вона залежить від швидкості відшкодування вартості об'єкта лізингу: чим швидше окупається вартість лізингового майна, тим менші відсотки нараховуються на ще не погашену вартість цього майна. І навпаки, перенесення сплати перших лізингових платежів на більш пізній термін приводить до росту нарахованих відсотків на вартість лізингового майна і загальної суми платежів.

У договорі лізингу може бути передбачена зміна загальної суми, графіка і розміру окремих виплат лізингових платежів за домовленістю сторін у випадку виникнення нових обставин, що можуть призвести до втрат сторін. До таких обставин можна віднести ріст темпів інфляції вище визначеного сторонами рівня, істотна зміна рівня відсотків за кредит і ін.

Навряд чи не найважливішим є вибір методу нарахування лізингових платежів. З практики і науково-методичної літератури відомі наступні основні методи:

* з регулярним періодичним відшкодуванням вартості майна рівними чи нерівними частками;
* з відстрочкою платежів;
* з авансовим платежем;
* з авансуванням викупу об'єкта лізингу по залишковій вартості;
* по обраній сторонами договору підставі.

Відомі також платежі зі зростаючою ставкою лізингового відсотка, платежі при переоцінці вартості лізингового майна й ін.

Окрему групу складають розрахунки, що базуються на теорії фінансових рент без застосування норм амортизації, згідно яким усі поточні платежі (крім авансового) є рівними, але мають різну структуру.

**Список використаної літератури**

1. Коммерческая деятельность. Учебник Ф.П.Половцева. М.: «Инфра-М», 2000 г.
2. Коммерческая деятельность. Учебник Ф.Г.Панкратов, Т.К.Серегина. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000 г.
3. Торговое дело: экономика и организация. Учебник под общ. Ред. Л.А.Брагиной и Т.П.Данько. М.: «Инфра-М», 1997 г.
4. Закон України "Про лізинг" від 16.12.1997 р.
5. Калитка Г.Б. Лізинг: реалії, проблеми, перспективи // Фінанси України.— №2.— 1999, с.43
6. Чекмарева Е.Н. Лизинговый бизнес. — Москва: "Экономика", 1993
7. Васильев Н.М. Лизинг: организация, нормативно-правовая основа, развитие. — М.: 1997
8. Горемыкин В.А. Лизинг: практическое учебно-справочное пособие. — М.: 1997.