

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Кафедра транспортних технологій і технічного сервісу

02-02-243М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійного вивчення навчальної дисципліни
«Комерційна робота на транспорті»
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Транспортні технології
(на автомобільному транспорті)» за спеціалізацією 275.03
«Транспортні технології (на автомобільному транспорті)»
спеціальності 275 «Транспортні технології (за видами)»
галузі знань 27 «Транспорт»
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано науково-методичною
радою з якості ННМІ
Протокол № 2 від 02 жовтня 2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Комерційна робота на транспорті» здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» за спеціалізацією 275.03 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» спеціальності 275 «Транспортні технології (за видами)» галузі знань 27 «Транспорт» денної та заочної форми навчання. [Електронне видання] / Сорока В. С., Дорошук В. О. – Рівне : НУВГП, 2024. – 55 с.

Укладачі:

Сорока В. С., к.с.г.н., доцент кафедри транспортних технологій і технічного сервісу;

Дорошук В. О., старший викладач кафедри транспортних технологій і технічного сервісу.

Відповідальний за випуск: Никончук В. М., д.е.н., професор, в.о. завідувача кафедри транспортних технологій і технічного сервісу.

Керівник групи забезпечення спеціальності

Хітров Ігор Олександрович, кандидат технічних наук, доцент кафедри транспортних технологій і технічного сервісу

Попередня версія 02-02-143

ЗМІСТ

1. Загальні положення.....	3
2. Тематичний зміст дисципліни.....	4
3. Картка тестування.....	10
4. Методичні рекомендації до самостійного вивчення дисципліни.....	13
5.Контрольні питання для проведення екзамену.....	43
6. Рекомендована література.....	54

© В. С. Сорока,
В. О. Дорошук, 2024
© НУВГП, 2024

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Запровадження дисципліни «Комерційна робота на транспорті» в навчальний процес підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» за спеціалізацією 275.03 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» спеціальності 275 «Транспортні технології (за видами)» обумовлено потребою засвоєння теоретичних та практичних методів оптимізації ринкової стратегії транспортного підприємства з обслуговування споживачів.

Комерційна діяльність в загальному розумінні представляє собою процес реалізації продукції будь-якого виробництва для задоволення потреб споживачів. Комерційною роботою займаються юридичні і фізичні особи різних галузей економіки з метою отримання прибутку. В транспортній діяльності продукція виступає у виді послуги з переміщення вантажів і пасажирів та представляє собою комплекс робіт, які виконуються транспортним підприємством за оплату і спрямовані на задоволення потреб споживачів. Таким чином, транспортні послуги виступають на ринку як товар, якщо вони є предметом купівлі-продажу. Тому, під *комерційною діяльністю автотранспортного підприємства* розуміють комплекс збутових, фінансових і юридичних дій, спрямованих на ефективний продаж транспортних послуг споживачеві. Ефективність продажу послуг порівнюється з метою діяльності автотранспортного підприємства, якою може бути або максимізація прибутку, тобто одержання її абсолютної величини, або максимізація рентабельності, тобто частини прибутку в загальних надходженнях від продажу, або досягнення заданого рівня прибутковості, стабілізація прибутковості та ринкової позиції. Така діяльність представляє собою суспільно-необхідну діяльність на ринку товарів і послуг, завдяки якій досягаються ринкові взаємоузгодження і реалізація економічних інтересів всіх учасників суспільного відтворення.

Основною *метою* вивчення дисципліни «Комерційна робота на транспорті» є засвоєння студентами теоретичних знань і практичних навичок з організації ефективної реалізації транспортних послуг.

Студент повинен *знати* основні поняття і зміст комерційної роботи на транспорті, організаційно-правове забезпечення

транспортної діяльності, маркетингову діяльність на транспорті, систему договірних відносин на транспорті, технологію комерційної роботи на транспорті при організації вантажних та пасажирських перевезень, порядок ціноутворення, собівартість і тарифне регулювання транспортних послуг, аналіз результатів комерційної діяльності та методи розвитку транспортного підприємства.

Після вивчення дисципліни студент повинен *вміти*:

- досліджувати стан і тенденції розвитку ринку транспортних послуг;
- визначати цільові сегменти ринку у відповідності до сфери діяльності автотранспортного підприємства;
- стимулювати попит на транспортні послуги;
- розраховувати тарифи транспортних послуг та визначати тарифну політику автотранспортного підприємства;
- обґрунтовувати прибутковість транспортного процесу;
- оформлювати комерційну документацію та забезпечувати документообіг;
- аналізувати результати виробничої діяльності автотранспортного підприємства.

Методичні вказівки допоможуть студентам самостійно засвоїти сутність основних теоретичних положень дисципліни, отримати практичні навички реалізації транспортних послуг та обслуговування споживачів, підготувати звіт за виконану самостійну роботу.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Місце комерційної роботи на транспорті у кваліфікаційній характеристиці бакалавра здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою 275 „Транспортні технології (на автомобільному транспорті)” спеціальності 275 „Транспортні технології (на автомобільному транспорті)”. Основні теоретичні положення технології та методології комерційної роботи на транспорті.

Змістовий модуль 1.

Теоретичні основи та правові аспекти організації комерційної роботи

Тема 1. Транспорт як об'єкт комерційної діяльності.

Предмет і зміст комерційної діяльності на транспорті. Основні поняття і задачі комерційної роботи на транспорті. Особливості транспорту і транспортної продукції як товару. Класифікація та якість продукції транспортних підприємств.

Тема 2. Організаційно-правове забезпечення транспортної діяльності.

Державне регулювання автотранспортної діяльності. Транспортні зобов'язання. Методи регулювання автотранспортної діяльності.

Тема 3. Організація комерційної роботи на підприємствах автомобільного транспорту.

Основні задачі комерційних служб транспортних підприємств. Організаційна структура комерційної служби автотранспортного підприємства. Розподіл функцій комерційної діяльності між підрозділами автотранспортного підприємства. Функції персоналу комерційних служб автотранспортного підприємства.

Змістовий модуль 2.

Технологія комерційної роботи в різних умовах перевезень

Тема 4. Комерційна робота на автомобільному транспорті при організації вантажних перевезень.

Загальний порядок здійснення. Вибір виду транспорту. Вибір перевізника. Вибір транспортно-технологічної схеми доставки вантажу.

Тема 5. Комерційна робота на автомобільному транспорті при організації пасажирських перевезень.

Загальний порядок здійснення. Вибір виду транспорту. Вибір перевізника. Централізоване автомобільне обслуговування.

Змістовий модуль 3.

Тарифи автотранспортних послуг

Тема 6. Ціноутворення в системі автотранспортного обслуговування.

Методи ціноутворення. Собівартість автотранспортних послуг. Тарифи автотранспортної діяльності.

Тема 7. Транспортні тарифи на вантажні перевезення автомобільним транспортом.

Тарифні ставки та тарифні схеми. Надбавки та знижки на тарифи. Тарифні класифікатори вантажів. Елементи тарифного стилю підприємства. Зміст тарифної політики підприємства та основні фактори її формування.

Тема 8. Транспортні тарифи на пасажирські перевезення автомобільним транспортом.

Формування та застосування тарифів. Методика розрахунку тарифів. Тарифно-цінове регулювання пасажирських перевезень. Аналіз методик розрахунку дотації на пасажирські перевезення.

Змістовий модуль 4.

Ефективність комерційної роботи

Тема 9. Економічні результати діяльності автотранспортного підприємства.

Особливості формування доходів автотранспортного підприємства. Оцінка фінансового стану автотранспортного підприємства. Оцінка ефективності діяльності автотранспортного підприємства.

Тема 10. Розвиток автотранспортного підприємства.

Мета і методи розвитку автотранспортного підприємства. Значення інвестицій для розвитку автотранспортного підприємства. Зміст лізингу і особливості його використання на автомобільному транспорті. Франчайзинг і перспективи його застосування на автомобільному транспорті. Бізнес-планування автотранспортної діяльності. Комерційна таємниця.

Відповідно освітньо-професійної програми «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» спеціальності 275 «Транспортні технології (за видами транспорту)» спеціалізації 275.03 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» на

вивчення основного компонента „Комерційна робота на транспорті” передбачено 120 годин.

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка до аудиторних занять (0,5 год./1 год. занять) – 20 год.;

- підготовка до контрольних заходів (6 год. на 1 кредит ЄКТС) – 24 год.;

- опрацювання окремих тем програми або їх частин, які викладаються на лекціях, – 36 год.

Під час виконання самостійної роботи студенти поглиблюють отримані знання та самостійно вивчають матеріал окремих тем (для заочної форми навчання) шляхом опрацювання відповідної літератури, здійснюють підготовку до практичних занять та залікових модулів (див табл.1).

Таблиця 1

№ з/п	Назва теми	Питання, завдання для самостійного опрацювання	Кількість годин	
			денна форма	заочна форма
1	2	3	4	5
1.	Транспорт як об'єкт комерційної діяльності	Предмет і зміст комерційної діяльності на транспорті. Основні поняття і задачі комерційної роботи на транспорті. Особливості транспорту і транспортної продукції як товару. Класифікація та якість продукції транспортних підприємств.	2	10
2.	Організацій-но-правове забезпечення транспортної діяльності	Державне регулювання автотранспортної діяльності. Транспортні зобов'язання. Методи регулювання автотранспортної діяльності.	4	11

продовження табл. 1

1	2	3	4	5
3.	Організація комерційної роботи на підприємствах автомобільного транспорту	Основні задачі комерційних служб транспортних підприємств. Організаційна структура комерційної служби автотранспортного підприємства. Розподіл функцій комерційної діяльності між підрозділами автотранспортного підприємства. Функції персоналу комерційних служб автотранспортного підприємства.	4	11
4.	Комерційна робота на автомобільному транспорті при організації вантажних перевезень	Загальний порядок здійснення. Вибір виду транспорту. Вибір перевізника. Вибір транспортно-технологічної схеми доставки вантажу.	4	11
5.	Комерційна робота на автомобільному транспорті при організації пасажирських перевезень	Загальний порядок здійснення. Вибір виду транспорту. Вибір перевізника. Централізоване автомобільне обслуговування.	4	11
6.	Ціноутворення в системі автотранспортного обслуговування	Методи ціноутворення. Собівартість автотранспортних послуг. Тарифи автотранспортної діяльності.	4	11

продовження табл. 1

1	2	3	4	5
7.	Транспортні тарифи на вантажні перевезення автомобільним транспортом	Тарифні ставки та тарифні схеми. Надбавки та знижки на тарифи. Тарифні класифікатори вантажів. Елементи тарифного стилю підприємства. Зміст тарифної політики підприємства та основні фактори її формування.	4	11
8.	Транспортні тарифи на пасажирські перевезення автомобільним транспортом	Формування та застосування тарифів. Методика розрахунку тарифів. Тарифно-цінове регулювання пасажирських перевезень. Аналіз методик розрахунку дотації на пасажирські перевезення.	4	11
9.	Економічні результати діяльності автотранспортного підприємства	Особливості формування доходів автотранспортного підприємства. Оцінка фінансового стану автотранспортного підприємства. Оцінка ефективності діяльності автотранспортного підприємства.	4	11
10.	Розвиток автотранспортного підприємства	Мета і методи розвитку автотранспортного підприємства. Значення інвестицій для розвитку автотранспортного підприємства. Зміст лізингу і особливості його використання на автомобільному транспорті. Франчайзинг і перспективи його застосування на автомобільному транспорті. Комерційна таємниця.	2	10
Разом			36	108

Підсумком самостійної роботи над вивченням дисципліни “Комерційна робота на транспорті” є складання письмового звіту за темами вказаними в таблиці 1.

Загальний обсяг звіту визначається з розрахунку 0,25 сторінки на 1 год. самостійної роботи. Звіт включає план, вступ, основну частину, висновки, список використаної літератури та додатки.

Звіт оформляється на стандартному папері формату А4 (210×297) з одного боку. Поля: ліве – 30мм, верхнє та нижнє – 20мм, праве – 10мм. Звіт може бути рукописним або друкованим і виконується державною мовою.

Захист звіту про самостійну роботу відбувається в терміни, спільно обумовлені студентом і викладачем.

3. КАРТКА ТЕСТУВАННЯ

Кількість годин – 165

Кількість кредитів ECTS – 5,5

Викладачі – доцент Сорока В.С., ст. викладач Дорошук В.О.

Прізвище та ініціали студента _____

Курс III , група _____ , навчальний рік – 20_/20_.

Спеціальність 275 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)»

Набрано балів _____

Підсумкова оцінка: за національною шкалою _____

за шкалою ECTS _____

Підпис викладача

_____ В.С.Сорока

_____ В.О. Дорошук

Поточне тестування

Змістовий модуль 1. „Теоретичні основи та правові аспекти організації комерційної роботи ”

За кожну правильну відповідь нараховується 0,5 бала.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

Кількість правильних відповідей ____, набрано балів ____.

Підпис студента _____

Підпис викладача _____

Змістовий модуль 2. „Технологія комерційної роботи в різних умовах перевезень”

За кожну правильну відповідь нараховується 0,5 бала.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

Кількість правильних відповідей ____, набрано балів ____.

Підпис студента _____

Підпис викладача _____

Змістовий модуль 3. „Тарифи автотранспортних послуг”

За кожну правильну відповідь нараховується 0,5 бала.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

Кількість правильних відповідей ____, набрано балів ____.

Підпис студента _____

Підпис викладача _____

Змістовий модуль 4. „ Ефективність комерційної роботи ”

За кожну правильну відповідь нараховується 0,5 бала.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

Кількість правильних відповідей ____, набрано балів ____.

Підпис студента _____

Підпис викладача _____

Підсумковий контроль

а). Підсумкове тестування.

За кожну правильну відповідь нараховується 1 бал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

Кількість правильних відповідей ____, набрано балів ____.

Підпис студента _____

Підпис викладача _____

б). Виконання теоретичних і практичних завдань.

№ вправи	Максимальна кількість балів	Набрано балів
Вправа 1	5	
Вправа 2	10	

Всього: _____

Разом набрано балів на підсумковому контролі _____

Підпис студента _____

Підпис викладача _____

Розподіл балів присвоєних студенту

Модуль I. Поточне тестування та самостійна робота										Під- умк ови й мод уль	Су ма				
Змістовий модуль 1			С Р С	Змістови й модуль 2		С Р С	Змістовий модуль 3			С Р С	Змістовий модуль 4		С Р С		
T1	T2	T3		T4	T5		T6	T7	T8		T9	T10			
12			3	12		3	12			3	12		3	40	100

Підпис викладача _____

T1, T2... T10 – теми змістових модулів.

4. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

„Теоретичні основи та правові аспекти організації комерційної роботи ”

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Комерція – представляє собою суспільно-необхідну діяльність на ринку товарів і послуг, яка узгоджує і реалізує економічні інтереси учасників суспільного відтворення.

Комерційна робота на автотранспорті – надання транспортних послуг, пошук вантажів та партнерів, узгодження тарифної системи, укладання договорів на перевезення вантажів і пасажирів, організація взаємодії між транспортними організаціями та виробниками, реклама, оперативний контроль транспортної діяльності, або **комерційна діяльність на автотранспорті** – це пошук вантажів та пасажирів на внутрішньому та зовнішньому ринку, а також обґрунтування тарифної системи перевезень, розробка рекламної політики.

Автотранспортна діяльність – представляє собою комплекс робіт і послуг, пов'язаний з підготовкою, організацією і

здійсненню автомобільних перевезень вантажів і пасажирів, включаючи транспортно-експедиційні роботи, технічну експлуатацію автотранспортних засобів.

Технічна експлуатація автотранспортних засобів – це комплекс робіт і послуг з технічного обслуговування, ремонту, збереження та інструментальної перевірки технічного стану автотранспортних засобів, що забезпечує безпечний, роботоздатний технічний стан їх експлуатації.

Транспортна експедиція автомобільних перевезень вантажів представляє собою організацію і виконання експедитором від імені і за рахунок вантажовідправника або вантажоотримувача послуг, пов'язаних з заключенням і виконанням договору автомобільного перевезення вантажів.

Внутрішній транспортний процес – процес переміщення вантажів між виробничими підрозділами, який залежить від технологічного процесу виробництва і є його складовою.

Зовнішній транспортний процес – самостійна галузь виробництва, яка не залежить від технологічного виробничого процесу, здійснюються спеціалізованими підприємствами і має комерційний зміст (створює вартість за рахунок величини транспортних витрат).

Попитом на перевезення вантажів вважають кількісний вираз потреб в перевезеннях і додаткових транспортних послугах, відповідно до ціни або обсягу транспортно-експедиційного обслуговування.

Метод прямого рахунку – порядок визначення попиту на перевезення вантажів шляхом добутку фактичного обсягу виробництва транспортних послуг та коефіцієнта росту ринку.

Експертний метод – порядок визначення попиту на перевезення вантажів шляхом визначення середньої оцінки групою експертів.

Експериментальний метод – порядок визначення попиту на перевезення вантажів шляхом вимірювання фактичного обсягу попиту за допомогою опитувань різних груп і суб'єктів ринку.

Математичний метод – порядок визначення попиту на перевезення вантажів шляхом аналізу рядів статистичних даних, даних обліку, державних довідників.

Пропозиція на ринку транспортних послуг – це кількість транспортних послуг (обсяг транспортної роботи), що пропонується на ринку в певний момент або період.

Індивідуальне підприємництво – це форма здійснення підприємницької діяльності на автомобільному транспорті фізичною особою (власником), при якій трудова діяльність здійснюється самим засновником та найманими працівниками, установчий фонд утворюється із засобів засновника, власність формується за рахунок внесків засновника, всі доходи від діяльності належать засновнику, який несе персональну відповідальність за результати діяльності всім своїм майном.

Товариство з обмеженою відповідальністю – це форма здійснення підприємницької діяльності на автомобільному транспорті, заснована декількома особами, статутний капітал складається із внесків засновників, відповідальність за обов'язками і ризиками діяльності здійснюється в межах внесених вкладів.

Акціонерне товариство – це форма здійснення підприємницької діяльності на автомобільному транспорті, установчий капітал розділено на певну кількість акцій, відповідальність за обов'язками і ризиками діяльності здійснюється в межах випущених акцій.

Унітарним підприємством визнається державна чи комунальна комерційна організація, яка не наділена правом власності на майно, відповідальність за обов'язками і ризиками діяльності здійснюється в межах всього майна.

Право господарського ведення – це право державної чи комунальної комерційної організації користуватись, розпоряджатись майном власника в межах нормативно-правових актів.

Право оперативного управління – це право державної чи комунальної комерційної організації володіти, користуватись, розпоряджатись майном засновника в межах, встановлених законом.

Об'єднання підприємців – це форма здійснення підприємницької діяльності на автомобільному транспорті статутними міжгалузевими та галузевими об'єднаннями підприємств (союзи, асоціації) з метою координації діяльності, захисту економічних, юридичних, соціальних прав та майнових

інтересів, спільної участі в інноваційних проектах, створення нормативно-правового забезпечення.

Створення нового підприємства – це порядок заснування нового підприємства громадянами та членами їх сімей, сумісно українськими та іноземними партнерами (юридичними і фізичними особами), державними, колективними, спільними підприємствами, суспільними організаціями та іншими юридичними особами, державними органами, сумісно державними органами, підприємствами, організаціями і громадянами.

Реформування автотранспортних підприємств – це порядок створення автотранспортного підприємства в результаті виділення із складу діючого підприємства будь-якої галузі транспортних підрозділів.

Купівля діючого підприємства – це порядок створення автотранспортного підприємства в результаті продажу і купівлі діючих підприємств.

Справедлива ринкова ціна – це ціна, за якою власність переходить на добровільній основі від продавця до покупця.

Наближена оцінка – це метод визначення ціни підприємства, виражений в процентному відношенні до загальної вартості продажу або вартості активів.

Співставлення обсягів продажу – це метод визначення ціни підприємства, виражений співставленням цін подібних підприємств галузі, або середніх параметрів галузі через відповідні коефіцієнти.

Балансовий метод – це метод визначення ціни підприємства, виражений у вартості активів підприємства за залишковою, або за ліквідаційною вартістю.

Франчайзинг – це система договірних відносин між потужним та малим підприємством на передачу права використання торгівельної марки, технології, патенту, обладнання, ділової репутації, ділових зв'язків на конкретному ринку.

Спеціалізована франчайзингова система – договірні відносини між головним підприємством, яке спеціалізується на технічному обслуговуванні і ремонті автотранспортних засобів певних марок та дочірніми, які експлуатують ці марки.

Універсальна франчайзингова система – договірні відносини між головним підприємством, яке виконує технічне обслуговування

і ремонт автомобілів різних марок, типів, призначення та дочірніми, які можуть бути спеціалізованими або комплексними.

Державна реєстрація – порядок отримання свідоцтва на право здійснення підприємницької діяльності.

Ліцензування автотранспортних перевезень – порядок допуску юридичних і фізичних осіб до здійснення автотранспортної діяльності.

Ліцензія – це документ, що надає право власнику на здійснення певного виду діяльності протягом встановленого терміну при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов.

Ліцензійні умови – перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Комерційні служби – спеціалізовані підрозділи автотранспортних підприємств для виконання комплексу робіт із продажу транспортних послуг.

Центри прибутку – це система організації комерційної роботи, яка передбачає створення спільних підрозділів для виконання фінансових, облікових, юридичних, кадрових, дослідницьких функцій та певного числа спеціалізованих субпідприємств, які самостійно здійснюють транспортну діяльність та мають підрозділи оперативного управління.

Вивчення ринку – порядок проведення комерційною службою автотранспортного підприємства збору інформації про транспортні потреби вантажовласників, виявлення потенційних споживачів транспортних послуг, встановлення тенденцій зміни попиту на товарних ринках і відповідного попиту на транспортні послуги, вивчення особливостей транспортного обслуговування окремих груп споживачів, збору інформації про конкурентів, виявлення їх сильних і слабких сторін, вивчення можливості співробітництва з іншими підприємствами в процесі транспортного обслуговування, аналіз можливостей надання рухомого складу експедиційним підприємствам, вивчення нових законодавчо-нормативних матеріалів, що регламентують комерційну транспортну діяльність.

Вибір цільових секторів ринку – порядок визначення комерційною службою автотранспортного підприємства груп споживачів і видів послуг, на яких автотранспортне підприємство має намір зосередити свої зусилля.

Розробка тарифної політики автотранспортного підприємства – порядок визначення комерційною службою автотранспортного підприємства індивідуальної ціни на транспортної послуги для кожного замовлення.

Визначення тарифів автотранспортного підприємства – порядок визначення комерційною службою автотранспортного підприємства ціни на транспортні послуги для забезпечення рентабельної роботи підприємства та необхідного рівня попиту.

Стимулювання попиту на послуги підприємства – порядок залучення комерційною службою автотранспортного підприємства нових споживачів транспортних послуг.

Заклучення договорів зі споживачами – порядок визначення комерційною службою автотранспортного підприємства спільних умов виконання транспортних послуг та юридичне закріплення умов між підприємством та замовником.

Комерційне забезпечення виконання укладених договорів – визначення комерційною службою автотранспортного підприємства порядку оформлення фактів виконання умов перевезення, взаєморозрахунків, розгляду претензій і позовів.

Комерційною операцією – називають певні дії комерційної служби автотранспортного підприємства, які документально фіксують факт виконання договірних умов певного етапу транспортних послуг.

Аналіз результатів комерційної діяльності – називають щоденні, щомісячні або щоквартальні дії комерційної служби автотранспортного підприємства для виявлення ефективності комерційної діяльності, поточного та довгострокового планування діяльності автотранспортного підприємства.

Маркетинг – це філософія комерційної діяльності, яка забезпечує отримання прибутку підприємства шляхом максимального задоволення потреб споживачів.

Маркетингове макросередовище – це неконтрольовані підприємством демографічні, економічні, політичні, законодавчі, соціально-культурні, науково-технічні, екологічні фактори, що впливають на його діяльність.

Маркетингове мікросередовище – це контрольовані підприємством фактори, що впливають на його діяльність: споживачі транспортної послуги, конкуренти, постачальники,

посередники, підрозділи, служби й менеджери транспортного підприємства, контактні аудиторії.

Маркетингова інформаційна система – це сукупність взаємозалежних елементів (фахівців, обладнання, прийомів і методів), що взаємодіють між собою з метою надання актуальної і точної інформації для прийняття управлінських рішень.

Підсистема внутрішньої інформації – це сукупність економічної, фінансової та виробничої інформації, що формується безпосередньо на підприємстві та розміщена на внутрішніх джерелах.

Підсистема маркетингової розвідки – це сукупність поточної інформації про маркетингове середовище автотранспортного підприємства, отримана без проведення спеціального маркетингового дослідження та яка розміщена на зовнішніх джерелах.

Підсистема маркетингових досліджень – це сукупність цільової інформації для вирішення конкретної проблеми: дослідження споживачів і конкурентів, дослідження ринкових тенденцій та прогнозу розвитку ринкової ситуації, дослідження потенціалу нового продукту або нового ринку, дослідження ефективності рекламної кампанії та реакції клієнтів на надання певні знижки і т.д.

Спостереження – метод збору ринкової інформації, який передбачає безпосереднє вивчення ринкової ситуації та поведінки ринкових суб'єктів.

Експеримент – метод збору ринкової інформації для виявлення причин певної ринкової ситуації.

Опитування – метод збору ринкової інформації для дослідження конкретного виробничого питання.

Підсистема аналізу маркетингової інформації – це систематизації, групування, табулювання, статистичної обробки інформації, застосування кореляційного та регресійного аналізу для формулювання аналітичних висновків.

Маркетингові стратегії – це вибір стратегії розвитку автотранспортного підприємства на підставі аналізу поточної ситуації, яка містить в собі аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища.

Аналіз – метод дослідження окремих сторін, властивостей, складових частин певного об'єкта для наступного синтезу нового бачення об'єкта.

Позиціонування послуги – процес ухвалення рішення автотранспортного підприємства стосовно власного іміджу, думки споживачів, особливості послуг.

Комплекс маркетингу – визначає політику продукту, цінову політику, політику розподілу, політику впровадження автотранспортного підприємства.

Якість транспортної послуги – набір певних властивостей і параметрів послуги, які оцінюються цільовим споживачем як якісні.

Підкріплення послуги – додаткові інформаційні, комерційні, технологічні послуги, що формують якість транспортної послуги та конкурентні переваги основної транспортної послуги.

Марка послуги – визначений символ, знак, призначений для ідентифікації послуги конкретного автотранспортного підприємства.

Знак обслуговування – певна марка автотранспортної послуги, яка зареєстрована у встановленому порядку і дозволяє підприємству пред'являти на неї права.

Рекомендації із забезпечення обслуговування замовників – порядок організації спілкування зі споживачами для встановлення задоволеності наданою послугою.

Рекомендації по сукупності послуг підприємства – порядок формування асортименту різних за рівнем якості транспортних послуг для забезпечення потреб відповідних ринкових сегментів при певних можливостях підприємства.

Цінова конкурентна стратегія – маркетингова стратегія автотранспортного підприємства, яка передбачає встановлення ціни послуги нижче ринкових для мінімізації власних витрат та орієнтації на чутливий до ціни сегмент ринку.

Нецінової конкурентна стратегія – маркетингова стратегія автотранспортного підприємства, яка передбачає встановлення ціни послуги на рівні або вище ринкових для підвищення якості пропонованої послуги.

Стратегія єдиної ціни – маркетингова стратегія автотранспортного підприємства, яка передбачає встановлення єдиних цін на певну транспортну послугу для всіх споживачів.

Стратегія змінних цін – маркетингова стратегія автотранспортного підприємства, яка передбачає встановлення ціни транспортної послуги в процесі переговорів із замовником.

Стратегія фіксованої ціни – маркетингова стратегія автотранспортного підприємства, яка передбачає призначення не обговорених із споживачами декількох рівнів цін, відповідних певним фіксованим умовам.

Цінової поведінки стосовно конкурентів – маркетингова стратегія автотранспортного підприємства, яка передбачає спостереження за ринковими тенденціями і встановлення цін на рівні конкурентів або з мінімальними відмінностями.

Прямий розподіл послуг автотранспортного підприємства – передбачає відсутність посередників в процесі реалізації транспортних послуг між транспортною організацією і споживачами транспортних послуг.

Опосередкований розподіл послуг автотранспортного підприємства – передбачає наявність посередників в процесі реалізації транспортних послуг (експедиторські організації, транспортні агенти).

Акції цінового характеру – елемент просування транспортних послуг, представлений короткочасними знижками на ціну транспортної продукції.

Акції нецінового характеру – елемент просування транспортних послуг, представлений нагородженням споживачів подарунками, призами, лотереями до конкретної події.

Зв'язки з громадськістю – діяльність підприємства, спрямована на формування сприятливого іміджу в широких колах громадськості, які можуть вплинути на ставлення суспільства до підприємства, на імідж підприємства, діяльність підприємства, відносини з партнерами й споживачами.

Участь підприємства у виставках – елемент просування транспортних послуг за рахунок вирішення декількох завдань: реклама, налагодження ділових зв'язків, знайомство з діяльністю конкурентів, проведення маркетингового дослідження.

Маркетингова діяльність на транспортному підприємстві – представляє собою сукупність взаємопов'язаних дій з метою отримання вихідної інформації для прийняття управлінських рішень, розробки рекомендацій фахівцям і службам підприємства стосовно елементів комплексу маркетингу.

Договір – угода декількох юридичних чи фізичних осіб, яка встановлює та регулює їх взаємні права та обов'язки.

Суб'єкти договору – сторони, що укладають договір.

Предмет договору – майно, послуги чи інша діяльність, відносно яких укладається договір.

Зміст договору – сукупність умов договору.

Договір на організацію транспортного обслуговування – угода між транспортними підприємствами та споживачами послуг про організаційні умови тривалого транспортного обслуговування даного споживача, або **договір на організацію транспортного обслуговування** – це угода, яка підтверджує намір споживача користуватися в продовж певного періоду послугами даного підприємства.

Договір на перевезення вантажів – угода між транспортними підприємствами та споживачами послуг про виконання конкретного перевезення вантажів за якою перевізник зобов'язується доставити довірений йому відправником вантаж до пункту призначення і видати його уповноваженій на отримання вантажу особі, а відправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену плату.

Товарно-транспортна накладна – документ, який підтверджує факт укладання договору перевезення вантажів.

Договір транспортної експедиції – угода між сторонами, за якою експедитор зобов'язується за винагороду і за рахунок замовника виконати чи організувати виконання визначених договором послуг, які пов'язані з перевезенням вантажу: організація перевезень вантажів за встановленим маршрутом, укладання експедитором від власного імені чи від імені замовника договору на перевезення вантажів, забезпечення відправки чи отримання вантажу, додаткові послуги.

Разове замовлення – це угода сторін про організаційні умови перевезення вантажів, або **разове замовлення** – це різновид договору на організацію транспортного обслуговування.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

„Технологія комерційної роботи в різних умовах перевезень”

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Міжміські перевезення вантажів – перевезення вантажу за межі населеного пункту на відстань, яка перевищує 50 км, або **міжміські перевезення** – це перевезення, які здійснюються в міжобласному та міжрегіональному сполученні.

Міжнародні перевезення – це перевезення, що здійснюються територією двох і більше країн.

Рахунок-фактура (invoice) – комерційний рахунок на товари, який вміщує відомості про імена й адреси сторін, інформацію про договір про перехід права власності на товар, опис вантажу та коди товарів, кількість вантажних місць, маса вантажу брутто й нетто, ціна одиниці вантажу та загальна ціна, умови поставки, або **рахунок-фактура** використовується як накладна на товар, або **рахунок-фактура** служить сертифікатом про походження товару.

Консульські рахунки-фактури (consular invoice) – копії рахунку-фактури мовою країни транзиту або призначення, які звичайно потрібні для експортних вантажів.

Пакувальний аркуш (packing list) – товаросупровідний документ, що використовується як доповнення до рахунку-фактури при перевезенні в одній упаковці різних за асортиментом товарів або великої кількості найменувань, коли кількість, маса або вміст кожного індивідуального місця різні та містить для кожного вантажного місця перелік всіх видів і сортів товарів, кількість кожного сорту товару, номер упакування.

Відвантажувальна специфікація (shipping specification) – комерційний документ, що містить перелік всіх видів і сортів товарів певної партії, із вказівкою для кожного вантажного місця кількості та роду товару.

Вантажний маніфест (manifest of cargo) – документ, у якому перераховуються всі товари, що перевозяться на одному транспортному засобі або транспортній одиниці і вміщує номери транспортних документів, найменування вантажовідправника та вантажоодержувача, маркування, кількість, масу й вид вантажних місць, опис і кількість товарів.

Бордеро (bordero) – вантажний маніфест, що використовується при автомобільних перевезеннях і містить перелік вантажів, перевезених автопоїздом, з посиланням на прикладені копії накладної CMR.

Сертифікат походження товару (*certificate of origin*) – документ, що використовується між країнами при укладеній угоді по пільгових митах.

Країна походження товару – вважається країна в якій товари були повністю виготовлені або піддані глибокій переробці.

Сертифікат про якість товару (*certificate of origin*) – документ для кожної партії товару, який відвантажується за одним перевізним документом.

Фітосанітарний сертифікат (*certificate of quality*) – видається державними органами по карантину або захисту рослин країни-експортера для товарів, які підлягають сертифікації по карантину при ввозі в країну.

Фумігаційний сертифікат (*fumigation certificate*) – документ про підтвердження, що вантажі до відправлення одержувачу пройшли обробку та вмщує інформацію про найменування вантажовідправника та вантажоодержувача, місце призначення, опис вантажу та упаковку, маса вантажу брутто й нетто, найменування фуміганта, температура, при якій здійснювалася обробка вантажу та інші характеристики обробки.

Гігієнічний сертифікат (*сертифікати аналізів*) (*certificate of analysis*) – використовується для визначеного переліку товарів, які можуть завдати шкоди здоров'ю людини.

Ветеринарний сертифікат (*veterinary certificate*) – оформляється при імпорті тварин, продуктів і сировини тваринного походження та містить інформацію про найменування вантажовідправника та вантажоодержувача, вагу вантажу та кількість вантажних місць, найменування організації, що видала сертифікат, опис вантажу, умови зберігання й перевезення вантажу.

Ветеринарне свідоцтво – документ на право подальшого проходження вантажу по території країни.

Сертифікат на небезпечні вантажі (*certificate of dangerous goods*) – це свідоцтво транспортної організації про те, що небезпечний вантаж оголошений правильно та підтверджує, що зміст даного відправлення повністю і правильно описано точним технічним найменуванням, що вантаж упакований з урахуванням властивостей і є безпечним у звичайних умовах переробки та перевезення, що вантаж маркірований і упакований відповідно до вимог.

Транспортно-технологічна система доставки вантажів – це комплекс взаємоузгоджених технічних, технологічних, економічних, організаційних, комерційних і правових рішень, які забезпечують найбільш ефективне перевезення вантажів

Доставка вантажів у прямому сполученні – представляє собою виконання перевезень вантажів одним видом транспорту

Доставка вантажів у змішаному сполученні – представляє собою виконання перевезень вантажів за участю декількох видів транспорту.

Доставка у прямому змішаному сполученні – представляє собою виконання перевезень вантажів різними видами транспорту за єдиним транспортним документом.

Безперевантажним сполученням називають перевезення вантажів, при яких передача вантажу в пунктах перевантаження з одного виду транспорту на інший здійснюється разом з вантажною місткістю, в яку вантаж був укладений у пункті відправлення.

Інтермодальними називають перевезення вантажу декількома видами транспорту, при якому один з перевізників організує доставку від пункту відправлення через один або більше перевалочних пунктів до пункту призначення, але не бере на себе відповідальність за перевезення на весь шлях доставки.

Мультимодальними називають перевезення, якщо організатор відповідає за вантаж вздовж усього шляху доставки, незалежно від кількості задіяних видів транспорту, з оформленням єдиного перевізного документа.

Комбінованими називають перевезення вантажу у одному і тому ж вантажному місці або транспортному засобі, шляхом комбінації сполучень різних видів транспорту.

Юнімодальними (одновидовими) називають перевезення вантажів, що здійснюються одним видом транспорту і одним або декількома перевізниками.

Сегментованими (роздільними) називають перевезення, коли перевізник-організатор бере на себе відповідальність лише за частину перевезення, яке безпосередньо ним виконується.

Амодальними (централізованими) називають перевезення, що здійснюються з одного диспетчерського центру, незалежно від характеру участі різних видів транспорту.

Термінал представляє собою пункт транспортної системи, призначений для виконання різноманітних робіт, пов'язаних із забезпеченням переміщення вантажів, або під **терміналом** розуміють спеціалізовану ділянку транспортного вузла.

Термінальна системи доставки вантажів – це сукупність терміналів, об'єднаних системою технологічних, технічних, інформаційних, правових та економічних стосунків, які забезпечують перевезення вантажів.

Фідерна система перевезень – це частина термінальної системи, яка забезпечує функцію розсіювання і концентрації вантажопотоків.

Концентрація вантажного потоку – спосіб зменшення вартості перевезень вантажів за рахунок укрупнення і накопичення партій вантажів за напрямками доставки та відправлення потужним рухомим складом до терміналу призначення, чи до кінцевого пункту призначення.

Розсіювання вантажного потоку – спосіб зменшення вартості перевезень вантажів за рахунок поділу великих партій вантажів на дрібні, зручні для доставки у кінцеві пункти призначення транспортом малої потужності.

Пакетна система перевезень – це транспортно-технологічна системи термінальної доставки вантажів у прямому і змішаному сполученнях, яка використовується для перевезень тарно-штучних та довгомірних вантажів, сформованих у транспортні пакети.

Контейнерна система перевезень – це транспортно-технологічна системи термінальної доставки вантажів у прямому і змішаному сполученнях, яка використовується для перевезень цінних вантажів, об'єднаних в контейнер.

Контейнер – це елемент транспортного обладнання з незмінними технічними параметрами, габаритними та ваговими обмеженнями.

Контрейлерна система перевезень – це транспортно-технологічна системи термінальної доставки вантажів у змішаному сполученні, яка використовується для перевезень автомобільних вантажних модулів на залізничних платформах.

Трейлерна система перевезень – це транспортно-технологічна системи термінальної доставки вантажів у змішаному сполученні, яка використовується для переміщення залізничних вагонів на

трейлерних возах (автомобільних причепах) автомобільними шляхами від залізничної станції до складу адресата.

Роудрейлерна система перевезень – це трейлерна чи контрейлерна система перевезень з використанням пристосувань (роудрейлерів) з комбінованою або змінною ходовою частиною для руху автомобільними шляхами та залізничними коліями.

Ролкерна система перевезень – це система перевезень на морському транспорті для пакетованих та непакетованих тарноштучних вантажів, що укладені у вантажні платформи на колісному ході, які переміщують спеціалізовані транспортні засоби.

Паромна система перевезень це система перевезень на морському транспорті для перевезень залізничних вагонів і автотранспортних засобів на спеціалізованих суднах – паромах.

Брідж – система організації змішаних вантажних перевезень за єдиним тарифом, коносаментом або іншим документом, при якій розподіл прибутків між морськими перевізниками, що беруть на себе зобов'язання з доставки вантажів і сухопутними перевізниками, що виступають замовниками морських перевезень, обумовлюються в тарифі.

Мікро брідж (microbridge - мікро міст) – система організації змішаних вантажних перевезень, при якій перевезення вантажів здійснюється морським шляхом з іноземного порту в порт призначення, звідки вантажі доставляються залізничним або автомобільним транспортом у внутрішні пункти країни.

Міні брідж (mini brid - малий міст) – система організації змішаних вантажних перевезень, при якій перевезення вантажів здійснюється за одним морським коносаментом з порту однієї країни до порту іншої, потім залізницею в другий порт цієї країни, при цьому перевезення закінчується на залізничній станції.

Ленд брідж (land bridge - сухопутний міст) – система організації змішаних вантажних перевезень, при якій із порту однієї країни контейнери перевозять морським шляхом у порт іншої, де перевантажують на наземні види транспорту і доставляють на протилежне узбережжя, звідки перевозять морем у порти третіх країн.

Інтегрований сумарний ефект – це критерій ефективності функціонування різних транспортних систем, що характеризує максимальне значення суми від зменшення витрат на перевезення,

від надходжень до держбюджету вільних коштів, від зменшення втрат вантажів, від зниження екологічної шкоди.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 **„Тарифи автотранспортних послуг”**

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Облікова функція ціни – облік витрат суспільної праці на виробництво послуг у грошовому виразі.

Стимулююча функція ціни – заохочення або стримування динаміки виробництва та споживання послуг.

Розподільча функція ціни – сприяння розподілу та перерозподілу національного доходу.

Балансова функція ціни – визначення пропорційності між попитом та пропозицією, споживанням і виробництвом.

Функція ціни наближення і регулювання – відображення раціональності розміщення виробництва стосовно місць споживання, регулювання переміщення капіталу з однієї сфери діяльності в іншу.

Базисна ціна – фіксована на певний момент часу ставка вартості одиниці виконаних послуг.

Світова ціна – вартість національної послуги на світовому ринку.

Місцева ціна (розрахункова) – ціна, що враховує особливості реалізації послуг на місцевому ринку.

Монопольна ціна – ціна в окремих сегментах ринку.

Фіксована ціна – встановлена державою (підконтрольна державі) ціна на соціально значимі види послуг.

Договірна ціна – встановлена сторонами при оформленні договору.

Прейскурантна ціна – зафіксована на певний момент часу в спеціальних довідниках.

Сезонна ціна – з корегована на певний період часу базисна ціна.

Гнучка ціна – змінна за певний період часу.

Роздрібна ціна – ціна разового договору.

Групова ціна – комплексна ціна.

Ціноутворення – це процес визначення ціни, що здійснюється у відповідності до цінової політики підприємства.

Цінова політика – є частиною комерційної політики підприємства. **Цінова політика** – це встановлення фірмою цін на товари і способи їх варіювання залежно від ситуації на ринку для оволодіння певною часткою ринку, забезпечення бажаного обсягу прибутку та виконання інших стратегічних завдань.

Маркетингові цілі підприємства – це спосіб досягнення цілей підприємницької діяльності за допомогою визначеного тарифу на конкретне перевезення або послугу.

Фіксування цін – незаконна змова декількох підприємств, що укладають угоду в цінах для обмеження конкуренції.

Цінова дискримінація – вибіркове надання знижок в ціні окремим замовникам з метою обмеження конкуренції.

Нечесні методи ціноутворення – методи встановлення та рекламування цін, які приводять споживача до помилки.

Демпінгові ціни – це штучно занижені ціни продажу товарів, які застосовується як засіб для витіснення конкурентів з ринку і збільшення об'єму власного продажу.

Встановлення тарифу по собівартості – метод ціноутворення на основі додавання до розрахункової вартості послуги певної величини прибутку.

Встановлення тарифу в залежності від конкуренції – метод ціноутворення на основі встановлення величини тарифу наближеного до середньої величини тарифу основних конкурентів.

Встановлення тарифу відповідно до співвідношення попиту та пропозиції – метод ціноутворення на основі врівноваження попиту та пропозиції.

Встановлення тарифу за споживчою вартістю – метод ціноутворення на основі споживчої вартості товару або послуги, яка визначається цінністю послуги для замовника.

Націнка – надбавка до суми витрат виробництва послуги при встановленні ціни продажу, або **націнка** – це прибуток на одиницю товару або послуги.

Питома вага націнки – різниця між витратами виробництва товару (послуги) і його ціною продажу, яка виражена у відсотках.

Середня націнка – фіксований відсоток надбавки, який використовується при встановленні ціни на всі товари (послуги) певного асортименту.

Аналіз беззбитковості – метод обчислення мінімального обсягу продажу, необхідного для покриття усіх витрат при заданій ціні.

Точка беззбитковості – обсяг продажу, необхідний для покриття всіх витрат підприємства при заданій ціні, або **точка беззбитковості** – це мінімально необхідний обсяг продажу, при якому підприємство не має збитків.

Маржа – представляє собою різницю між виручкою від реалізації послуг і змінними витратами.

Стратегії ціноутворення – методи оптимізації управлінських рішень в області ціноутворення.

Шкалування цін – стратегія ціноутворення, при якій продаж товарів та послуг здійснюється в обмеженому діапазоні цін.

Встановлення «некруглих» цін – стратегія ціноутворення, при якій ціни встановлюються трохи нижче наступної круглої цифри.

Надання знижок із ціни (виправлення) – тимчасове зниження ціни в залежності від типу замовника та пропонованої послуги.

Готівкова знижка – знижка з ціни для замовника, який сплачує за послугу готівкою чи невідкладно, але не в кредит.

Собівартість продукції – комплексний економічний показник, що відображає сукупні витрати на виробництво транспортних послуг, або **собівартість продукції** – один з оціночних показників ефективності роботи підприємства.

Структурні фактори собівартості – це фактори, що визначають величину витрат пов'язану з характеристикою потенціалу автотранспортного підприємства та не відображають інтенсивності його діяльності.

Функціональні фактори собівартості – це фактори, що визначають величину витрат пов'язану з інтенсивністю та особливостями діяльності автотранспортного підприємства.

Структура собівартості – це співвідношення величини окремих статей витрат в межах загальної суми.

Умовно-змінні витрати – безпосередньо пов'язані з пробігом транспортних засобів.

Умовно-постійні витрати – не залежать від пробігу транспортних засобів.

Собівартість одиниці продукції автотранспортного підприємства – під якою розуміють відношення загальної суми

витрат до обсягу продукції, вираженого натуральними або вартісними показниками.

Підхід на основі встановленого рівня поточних цін – спосіб формування тарифів автомобільного транспорту на основі постійного відслідковування середнього ринкового рівня цін та тенденції його динаміки.

Підхід на основі встановленої надбавки до собівартості – спосіб формування тарифів автомобільного транспорту на основі фактичних чи розрахункових витрат підприємства.

Підхід на основі досягнення розрахункового прибутку – спосіб формування тарифів автомобільного транспорту на основі розрахунку ціни, яка забезпечує запланований рівень прибутків.

Підхід на основі платоспроможності споживачів – спосіб формування тарифів автомобільного транспорту на основі визначення цінності для споживачів даного виду послуг.

Тарифи автомобільного транспорту – представляють собою різновид ціни на транспортну продукцію та характеризує обсяг виконаної роботи за договором.

Тарифна ставка – це встановлена підприємством вартість умовної одиниці послуги.

Тарифна плата – представляє собою загальну вартість обслуговування замовника та визначається в результаті застосування певної тарифної схеми.

Тарифною схемою – називається встановлений за згодою сторін порядок розрахунку тарифної плати для певної ситуації, відповідно до характеру послуг, комерційних і технологічних умов.

Схема з оплатою перевезення вантажу (відрядний тариф) – порядок розрахунку цін окремих одиничних послуг, який забезпечує необхідний ступінь завантаження рухомого складу та включає оплату за замовлення рухомого складу, за час перебування автотранспортного засобу під навантаженням і розвантаженням, за безпосереднє перевезення певного обсягу вантажу.

Схема з оплатою використання рухомого складу (погодинний тариф) – порядок розрахунку цін окремих одиничних послуг, який не забезпечує необхідний ступінь завантаження рухомого складу та включає оплату за замовлення рухомого складу, за понаднормативний пробіг автомобіля за зміну, за час перебування автомобіля у замовника.

Схема з оплатою умовних розрахункових одиниць транспортної роботи – порядок розрахунку цін окремих одиничних послуг, який передбачає застосування за узгодженням із замовником укрупнених та спрощених вимірників транспортних послуг, за якими здійснюється розрахунок тарифної плати.

Надбавки – відсоток збільшення розрахованої за встановленою схемою тарифної плати або тарифних ставок, які враховують особливості умов надання послуг.

Знижки – відсоток зменшення розрахованої за встановленою схемою тарифної плати або до тарифних ставок, для заохочення споживачів до придбання послуг підприємства.

Тарифний класифікатор вантажів – представляє собою таблицю коефіцієнтів, які враховують призначення надбавок або знижок до тарифної плати.

Тарифний стиль підприємства – порядок формування психології цінового сприйняття замовником за рахунок справедливості і гнучкості тарифної політики підприємства.

Тарифна політика підприємства – встановлення найбільш вигідного компромісу при підвищенні ціни одиниці реалізованих послуг для збільшення обсягу доходів та рівнем попиту на послуги підприємства.

Соціальний зміст пасажирських перевезень – необхідність забезпечення достатнього транспортного обслуговування з врахуванням реальної платоспроможності споживачів транспортних послуг, або – максимальний рівень плати за проїзд, яка забезпечить доступність даної послуги для більшості представників певної соціальної групи.

Жорсткий фіксований тариф – спосіб призначення тарифу на пасажирські перевезення, при якому встановлюється єдина плати за проїзд, що може змінюватися рішенням вповноваженого органу управління.

Верхня межа тарифу – спосіб призначення тарифу на пасажирські перевезення, при якому встановлюється максимальна величина провізної плати з правом автотранспортного підприємства її зниження для створення конкурентних переваг.

Фіксована верхня та нижня межа тарифу – спосіб призначення тарифу на пасажирські перевезення у визначеному діапазоні вартості.

Розрахунковий тариф на перевезення одного пасажир – представляє собою суму або встановленої вартості проїзду, або частини розрахункової собівартості перевезень одного пасажир, яка не покривається за рахунок виторгу, або погодженого сторонами прибутку в розрахунку на одну поїздку.

Розрахунковий тариф – це плата за конкретні послуги автотранспортного підприємства, розмір якої визначається на основі врахування реальних технологічних та економічних умов перевезень.

Диференційована оплата за проїзд пасажирів – оплата збільшується зі збільшенням відстані поїздки.

Зональна оплата за проїзд пасажирів – єдина оплата, яка діє в діапазоні певної відстані.

Єдина оплата за проїзд пасажирів – оплата не залежить від відстані поїздки.

Загальновиробничі витрати – витрати автотранспортного підприємства, пов'язані з управлінням та обслуговуванням виробничого процесу, податки, збори, та інші передбачені законодавством обов'язкові платежі, що відносять до собівартості перевезень.

Дотація (дарунок, подарунок) – це спосіб компенсації оплати за проїзд пільгових категорій пасажирів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4

„Ефективність комерційної роботи”

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Бізнес-план роботи автотранспортного підприємства – представляє собою розроблену на основі аналізу та прогнозу ринкової ситуації програму виробничої, комерційної та фінансової діяльності підприємства, відповідно до цілей та можливостей, або **бізнес-план роботи** – це комплексна програма дій автотранспортного підприємства, яка вміщує ціль, перелік робіт, термінів виконання, виконавців, є оцінкою потреб в матеріально-технічних ресурсах та фінансуванні.

Провізні можливості автотранспортного підприємства – представляють собою максимально можливі обсяги перевезень і автомобіле-години в роботі, які можуть бути виконані при складених на підприємстві умовах.

Загальна вантажопідйомність автомобілів – це показник виробничої програми автотранспортного підприємства, який визначається добутком вантажопідйомності /номінальної/ автомобіля даної моделі і марки та середньоспискової кількості автомобілів кожної марки і моделі.

Середньоспискова кількість автомобілів в роботі – це показник виробничої програми, який визначається відношенням автомобіле-дні в експлуатації за плановий період до кількості днів в періоді.

Автомобіле-дні в господарстві – це показник виробничої програми, який визначаються шляхом множення середньоспискової кількості автомобілів на кількість днів планового періоду.

Автомобіле-дні в роботі /експлуатації/ – це показник виробничої програми, який розраховуються добутком автомобіле-днів в господарстві на коефіцієнт випуску автомобілів на лінію.

Автомобіле-години в наряді – це показник виробничої програми, який визначається добутком кількості автомобіле-днів роботи /експлуатації/ і часу в наряді за добу.

Загальний пробіг всіх автомобілів – це показник виробничої програми, який визначається добутком автомобіле-днів роботи /експлуатації/ та середньодобового пробігу.

Коефіцієнт випуску автомобілів на лінію – це експлуатаційний показник, який представляє собою відношення кількості автомобіле-днів в експлуатації за плановий період до кількості автомобіле-днів в господарстві за цей період .

Середня тривалість перебування в наряді одного автомобіля за добу – це експлуатаційний показник, який визначається відношенням величини автомобіле-години в наряді до автомобіле-дні в експлуатації.

Середня відстань перевезення вантажів – це експлуатаційний показник, який визначається відношенням величини транспортної роботи до обсягу перевезень.

Коефіцієнт використання пробігу – це експлуатаційний показник, який визначається відношенням пробігу з вантажем до загального пробігу.

Коефіцієнт використання вантажопідйомності – це експлуатаційний показник, який визначається відношенням

фактично виконаної транспортної роботи в до можливої (динамічний – в ткм, статичний – в т).

Середньодобовий пробіг автомобіля – це експлуатаційний показник, який визначається відношенням загального пробігу до кількості автомобіле-днів в експлуатації.

Продуктивність одного середньоспискового автомобіля – це експлуатаційний показник, який визначається відношенням загального обсягу перевезень, або загального обсягу транспортної роботи за плановий період до середньоспискової кількості автомобілів.

Потреби в автотранспортних засобах – визначаються відношенням запланованого загального обсягу перевезень до продуктивності одного транспортного засобу.

Кількість щоденних обслуговувань кожної марки автомобіля рівне числу автомобіле-днів роботи даного автомобіля

Кількість ремонтів автомобіля – визначається відношенням величини загального пробігу автомобіля до визначених норм пробігу відповідного ремонту.

Загальна трудомісткість ремонту – розраховується добутком кількості певного виду ремонту та нормативу трудомісткості.

Сумарна трудомісткість ремонтів – визначається сумою всіх видів ТО і ремонтів.

Кількість водіїв – визначається відношенням загального часу в наряді та річного фонду робочого часу одного водія.

Відрядний фонд заробітної плати – розраховується добутком величини відрядної розцінки за виконану транспортну роботу та обсягу виконаної транспортної роботи.

Додаткова заробітна плата – представляє собою оплату часу, в який водій не працює, але за законом зберігає заробітну плату.

Середньомісячна заробітна плата одного водія – визначається відношенням загальної суми заробітної плати водіїв до середньоспискової їх чисельності та кількості місяців на рік.

Основний фонд заробітної плати водіїв-почасовиків – складається з оплати за години роботи в наряді, премії за якісне виконання завдання в передбачені терміни та достроково, доплати за класність.

Внутрішні користувачі інформації – відповідно до компетенції отримують інформацію, що стосується поточної діяльності та перспектив розвитку підприємства.

Зовнішні користувачі інформації – отримують інформацію про діяльність автотранспортного підприємства лише з офіційних джерел.

Інформаційна модель автотранспортного підприємства – описує процес проходження, обробку і порядок документального оформлення аналітичної інформації.

Банк даних – це сукупність взаємопов'язаних інформаційних масивів і програмного забезпечення, яка дозволяє вирішувати задачі пошуку і обробки даних, що зберігаються.

Інформаційно-комп'ютерна система автотранспортного підприємства – порядок розміщення даних за інформаційними масивами.

Типова інформаційна база автотранспортного підприємства – сукупність нормативних, планових, облікових і звітних показників, які характеризують стан та динаміку розвитку підприємства та його зовнішнього економічного середовища.

Масиви інформації про зовнішнє середовище автотранспортного підприємства – це сукупність законодавчих нормативних актів і документів, макроекономічних показників і індикаторів, даних про замовників, посередників, постачальників, показників, що характеризують фінансово-економічний, технічний і технологічний рівень конкурентів.

Масив законодавчих нормативних актів і документів формується на основі Цивільного кодексу, Трудового кодексу, Податкового кодексу, Статуту автомобільного транспорту, правил перевезень вантажів, наказів і листів Міністерства, постанов Уряду України, галузевих довідників і ін.

Масив макроекономічних показників і індикаторів формується з даних про результати діяльності галузі: обсягу перевезень в міжнародному і внутрішньому сполученні, індексу ділової активності, коефіцієнта ризику галузі, рівня конкуренції, а також міжгалузевих відомостей: індексу інфляції та ін.

Масив інформації про замовників, посередників і постачальників автотранспортного підприємства формується з даних про кількість і найменування фактичних і потенційних

вантажовласників, посередників, постачальників, їх юридичних адрес і реквізити, даних про їх технологічні можливості і надійність.

Масив інформації про конкурентів – будується на відомостях про їх фінансово-економічний потенціал, технічні і технологічні характеристики конкурентів.

Масиви інформації про внутрішнє середовище автотранспортного підприємства – це сукупність даних оперативного контролю, обліку і моніторингу, технічної і технологічної документації, фінансових і бухгалтерських облікових та звітних документів, даних статистичного обліку і звітності, планової і нормативної внутрішньої документації.

Масив даних оперативного контролю, обліку і моніторингу – це сукупність інформації з подорожніх листів, складених на їх основі зведених планів, а також інформації про використання робочого часу, про своєчасність забезпечення підприємства матеріальними ресурсами, про своєчасність і рівень технічних впливів на рухомий склад.

Масив технічної і технологічної документації формується з даних про марки рухомого складу і їх характеристики, з даних про кількість технічних обслуговувань різного вигляду; потужність постів; потокових ліній та ін. .

Масив фінансових і бухгалтерських облікових та звітних документів формують бухгалтерський баланс, звіти про прибутки і збитки, про рух грошових коштів, журнали обліку матеріалів, розрахунки показників фінансової ефективності діяльності підприємства та ін.

Масив даних статистичного обліку і звітності формується з обліково-реєстраційних: найменування підприємства, поштова адреса, телефон, прізвище, ім'я та по-батькові керівника, види діяльності, організаційно-правова форма, статутний капітал, а також бухгалтерських показників: вартість основних виробничих фондів, нематеріальних активів, рівень інвестицій, об'єм фондів соціальної сфери, об'єм валової продукції, амортизаційні відрахування, середньооблікова чисельність працівників, розмір витрат на оплату праці.

Масив планової і нормативної внутрішньої документації формується з відомостей про норми, прийняті на

автотранспортному підприємстві: інформація про внутрішні норми витрат матеріальних ресурсів, про прийняті на окремих ділянках режими праці і відпочинку, про вимоги до якості перевезень вантажів і пасажирів, якості технічного обслуговування і поточного ремонту рухомого складу, про права і обов'язки категорій працівників та ін.

Планові джерела інформації – це сукупність всіх видів планів автотранспортного підприємства (поточних, оперативних, перспективних) та внутрішніх нормативних матеріалів.

Обліково-аналітичні джерела інформації – це документи оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку, а також всі види звітності, первинної облікової документації.

Нормативно-довідкові джерела інформації – це документи, які регулюють фінансово-господарську діяльність підприємства

Внутрішні нормативно-довідкові джерела інформації – сукупність інформації, яка утворюється в підрозділах автотранспортного підприємства і використовується в межах підприємства.

Зовнішні нормативно-довідкові джерела інформації – сукупність інформації періодичних видань, телебачення, Інтернету, органів державної статистики, конференцій, ділових зустрічей, особистих спостережень та спеціалізованих установ.

За періодичністю надходження аналітична інформація поділяється на регулярну та епізодичну.

Джерела регулярної інформації – сукупність інформації, яка зберігає своє значення протягом тривалого або нетривалого періоду часу та включає виробничі завдання, нормативи, звітні дані про стан аналізованого об'єкту на автотранспортному підприємстві.

Джерела епізодичної інформації – сукупність інформації, яка формується за певною потребою.

Джерела первинної інформації – сукупність інформації, яка виникає в процесі транспортної діяльності з первинних документів: подорожніх листів, інвентаризації, обстеження та спостереження процесів, анкетування, опитування і інтерв'ю.

Джерела вторинної інформації – сукупність інформації, яка виникає в результаті певної обробки або перетворення даних первинної інформації: звітів, зведених планів, актів перевірок,

відомостей, отриманих зі статистичних довідників, галузевих журналів та ін.

Ідентифікація інформації – процедура перевірки повноти і адекватності інформації досліджуваним процесам автотранспортного підприємства.

Об'єктивна причина недостовірності інформації – це відхилення інформації від реальної дійсності з об'єктивних причин.

Суб'єктивна причина недостовірності інформації – це відхилення інформації від реальної дійсності в результаті недостатньої кваліфікації персоналу та свідоме викривлення внутрішньої і зовнішньої інформації.

Пряма рахункова перевірка – процес ідентифікації інформації автотранспортного підприємства шляхом повторного перерахунку.

Зустрічна перевірка – процес ідентифікації інформації автотранспортного підприємства шляхом зіставлення інформації з різних внутрішніх та зовнішніх джерел.

Логічна перевірка – процес ідентифікації інформації автотранспортного підприємства шляхом визначення ступеню достовірності внутрішньої та зовнішньої інформації за результатами аналізу обставин.

Прибуток автотранспортного підприємства – остаточний результат діяльності, який визначається різницею між його доходами та витратами.

Доходи автотранспортного підприємства – представляють собою суму надходжень АТП в результаті всіх видів його діяльності.

Доходи від звичайних видів діяльності автотранспортного підприємства – це надходження АТП в результаті основних видів діяльності: вантажних перевезень, пасажирських перевезень, перевезень таксомоторами, надання рухомого складу іншим підприємствам, транспортно-експедиторської діяльності, вантажних робіт, складських операцій.

Доходи інших надходжень автотранспортного підприємства – це надходження АТП від надання в тимчасове користування активів, від участі АТП у статутних капіталах інших підприємств, від результатів сумісної діяльності, від продажу основних та інших активів, продукції, надлишків запасних частин, від вартості матеріалів або іншого майна, утвореного в результаті ліквідації

основних засобів, процентів від надання в користування іншим підприємствам грошових засобів, доходи від списання.

Позареалізаційні доходи автотранспортного підприємства – це надходження АТП від штрафів, пені, неустойки, активів за угодами дарування, компенсації за нанесені збитки, прибутків минулих періодів, сум кредиторської або дебіторської заборгованості, різниці курсу валют, сум дооцінки активів, надлишків за результатами інвентаризації.

Надзвичайні доходи автотранспортного підприємства – це надходження АТП внаслідок стихійного лиха, пожежі, аварії, страхові компенсації.

Цільовий метод – спосіб оцінки ефективності діяльності автотранспортного підприємства за ступенем досягнення головних цілей підприємства.

Ресурсний метод – спосіб оцінки ефективності діяльності автотранспортного підприємства за забезпеченістю виробничими ресурсами транспортних послуг та раціонального використання ресурсів.

Внутрішньосистемний метод – спосіб оцінки ефективності діяльності автотранспортного підприємства за внутрішньою організованістю: узгодженістю елементів виробничої системи та процесу їх взаємодії.

Метод зацікавлених осіб – спосіб оцінки ефективності діяльності автотранспортного підприємства за певними результатами для працівників, державних органів управління, кредиторів, конкурентів, постачальників, споживачів, суспільства:

Рівень рентабельності автотранспортного підприємства – це порівняння балансового прибутку з показниками, що відображають суми витрат на виробництво транспортних послуг: виробництва, виробничих фондів, продажу, вкладеного капіталу, оборотного капіталу.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами автотранспортного підприємства – характеризує ступінь фінансової стійкості та розраховується відношенням власних засобів АТП до загальної їх величини.

Коефіцієнт фінансової автономії автотранспортного підприємства – характеризує ступінь забезпеченості власними

джерелами фінансування та розраховується відношенням величини власного капіталу до суми активів підприємства.

Коефіцієнт покриття поточних зобов'язань автотранспортного підприємства – характеризує платіжні можливості та розраховується відношенням вартості оборотних засобів до поточних зобов'язань АТП.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності автотранспортного підприємства – характеризує миттєву платоспроможність та розраховується відношенням суми грошових засобів АТП та короткострокових фінансових вкладень до суми термінових зобов'язань.

Рівень ділової активності автотранспортного підприємства – характеризується показниками оборотності виробничих фондів, запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості та ін.

Коефіцієнт інвестиційної активності автотранспортного підприємства – характеризує направленість стратегії та розраховується відношенням вартості необоротних активів до загальної вартості необоротних активів.

Коефіцієнт виконання поточних зобов'язань автотранспортного підприємства – характеризує стан розрахунків з бюджетами всіх рівнів та розраховується відношенням сплачених податків до величини нарахованих за певний період.

Нововведення – це спосіб переведення системи під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища з одного стану в інший за рахунок цілеспрямованої зміни елементів системи для реалізації конкретної мети.

Ділова стратегія – спрямована на забезпечення ефективного розвитку окремих видів діяльності автотранспортного підприємства.

Операційна стратегія – спрямована на забезпечення ефективного розвитку окремих видів окремих структурних одиниць.

Функціональна стратегія – спрямована на забезпечення ефективного розвитку окремих функціональних напрямів діяльності АТП.

Визначення перспективи і цілей розвитку автотранспортного підприємства – організаційна форма

реалізації стратегії за рахунок розробки показників досягнення цілей та загальної програми, необхідних дій по перетворенню АТП.

Реструктуризація автотранспортного підприємства (структурне реформування) – організаційна форма реалізації стратегії за рахунок проведення сукупності заходів з комплексного перевлаштування АТП відповідно до стратегії розвитку.

Встановлення зв'язків автотранспортного підприємства із зовнішнім середовищем – організаційна форма реалізації стратегії шляхом внутрішньо організаційних перебудов АТП для підвищення адаптації до впливу середовища.

Забезпеченість працівників автотранспортного підприємства новими знаннями, навиками і задачами – організаційна форма реалізації стратегії за рахунок формування системи мотивації праці працівників.

Інвестиційна діяльність автотранспортного підприємства – це діяльність, пов'язана з капітальними вкладеннями в земельні ділянки, виробничі будівлі, рухомий склад і інші види нерухомості, а також із здійсненням довгострокових фінансових вкладень, випуском облігацій та інших цінних паперів, або **інвестиційна діяльність** забезпечує підприємству формування чистого грошового потоку за рахунок амортизаційних відрахувань та в результаті надходження зовнішніх інвестицій.

Інвестиційна привабливість автотранспортного підприємства – це виявлення і стимулювання мотивації для інвесторів при виборі об'єкту інвестування або при ухваленні рішення про об'єм інвестування.

Лізинг представляє собою вид комерційної діяльності, спрямований на інвестування власних або залучення фінансових засобів, коли за договором лізингова компанія зобов'язується придбати у власність обумовлене договором майно і представити його замовнику в оренду на визначений термін.

Прямий міжнародний лізинг – угода між юридичними особами різних країн.

Побічний міжнародний лізинг – угода між юридичними особами однієї країни але капітал одного належить іноземним підприємствам.

Лізингова плата – це величина оплати за використання предмету лізингу, складається з вартості та лізингової ставки, або

лізингова плата – це сума амортизаційних відрахувань від вартості майна та орендний процент, який забезпечує компенсацію накладних витрат і визначений прибуток орендо надавача.

Лізингова ставка – представляє собою суму величини банківського проценту за кредит, величини накладних витрат орендо надавача, величини закладеного прибутку.

Фіксована загальна сума – вид лізингових платежів, узгоджений сторонами, який виплачується у відповідності до графіка: перший платіж – в день прийому майна, а потім періодично /щомісячно, щоквартально, два рази на рік, щорічно/.

Платіж з авансом – вид лізингових платежів, узгоджений сторонами, який передбачає авансовий платіж або внесок до прийому в експлуатацію предмету лізингу та визначену наступну оплату після прийому в експлуатацію протягом певного терміну.

Мінімальна лізингова плата – вид лізингових платежів, узгоджений сторонами, який передбачає оплату визначених платежів протягом терміну оренди /фіксована сума чи платіж з авансом/, плюс сума оплати після закінчення терміну угоди.

Непевна орендна плата – вид лізингових платежів, узгоджений сторонами, який виплачується нефіксованою сумою у відповідності до індексів цін і ставок процента.

Комерційна таємниця – це нерозголошення економічних інтересів і відомостей про різні сфери господарської, управлінської, технологічної, фінансової діяльності підприємства.

5. КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ

1. Визначте зміст поняття комерції
2. Визначте мету комерції
3. Назвіть обов'язкового посередника між виробником, оптовою торгівлею та споживачем в каналах товароруку
4. Наведіть визначення поняття комерційної роботи на автотранспорті
5. Визначте зміст комерційної діяльності АТП
6. Назвіть фактори, що визначають ефективність комерційної діяльності автотранспортного підприємства
7. Визначте зміст поняття транспортної послуги
8. Назвіть ознаки класифікації транспортних послуг
9. Які послуги класифікують за видом споживача?

10. Які послуги класифікують за способом надання?
11. Які послуги класифікують за характером?
12. Визначте особливості транспортних послуг
13. Назвіть одиниці виміру транспортної продукції при вантажних перевезеннях
14. Назвіть одиниці виміру транспортної продукції при пасажирських перевезеннях
15. Визначте зміст внутрішніх для підприємства перевезень
16. Визначте зміст зовнішніх для підприємства перевезень
17. Назвіть особливості транспортних послуг, які визначають особливості транспортного виробництва
18. Визначте зміст поняття якості
19. Які фактори визначають якість транспортної послуги?
20. Наведіть елементи характеристики транспортних послуг
21. Назвіть критерії оцінки якості
22. Наведіть визначення поняття попиту
23. Назвіть методи для визначення попиту на транспортні послуги
24. Наведіть визначення поняття пропозиції
25. Охарактеризуйте індивідуальне підприємство на автомобільному транспорті
26. Перерахуйте переваги одноосібного підприємства
27. Охарактеризуйте товариство з обмеженою відповідальністю
28. Що являє собою акціонерне товариство?
29. Назвіть особливості публічних акціонерних товариств
30. Охарактеризуйте статут комунального підприємства
31. Назвіть класифікацію унітарних підприємств за формою власності
32. Визначте значимість різних форм об'єднань підприємств
33. Назвіть способи створення транспортних підприємств
34. Назвіть засновників нового підприємства
35. Перерахуйте види діяльності автотранспортних підприємств
36. Назвіть переваги купівлі діючих підприємств
37. Визначте першочергові роботи при купівлі діючих підприємств
38. Назвіть фактори, які вивчають при визначенні вартості підприємства

39. Назвіть додаткові фактори, що впливають на купівлю-продаж підприємства
40. Дайте визначення поняття справедливої ринкової ціни
41. Назвіть методи визначення ціни підприємства
42. Розкрийте зміст поняття франчайзинг
43. Назвіть ознаки франчайзингу
44. Назвіть установу, що здійснює державну реєстрацію підприємств
45. Перерахуйте документи для реєстрації фізичної особи-підприємця
46. Назвіть установи, що реєструють фізичну особу-підприємця
47. Перерахуйте документи для реєстрації юридичної особи підприємства
48. Визначте зміст поняття ліцензії
49. Визначте цілі процесу ліцензування
50. Перевезення відомчим транспортом...
51. З якою метою створюються комерційні служби автотранспортних підприємств?
52. Розкрийте поняття центрів прибутку
53. Перерахуйте задачі комерційної служби АТП
54. Які завдання вивчення ринку?
55. Який зміст вибору цільових ринків?
56. Які завдання тарифної політики і тарифів?
57. Який зміст стимулювання попиту?
58. Які роботи передбачає стимулювання попиту?
59. Який зміст роботи по заключенню договорів із споживачами?
60. Який зміст робіт з комерційного забезпечення виконання договорів?
61. Визначте поняття комерційної операції
62. Яка посадова особа здійснює безпосереднє управління комерційною службою АТП?
63. Визначте необхідні знання для працівників комерційної служби АТП?
64. Назвіть фактори становлення і розвитку маркетингу
65. Перерахуйте фактори мікросередовища підприємства
66. Перерахуйте фактори макросередовища підприємства
67. Дайте визначення маркетингової інформаційної системи

68. Визначте зміст системи внутрішньої інформації
69. Визначте зміст системи маркетингової розвідки
70. Дайте визначення поняття договору
71. Назвіть ситуації, які вимагають коректування договору вантажних перевезень або внесення до нього змін
72. Перерахуйте критерії вибору виду транспорту замовником для виконання вантажних перевезень
73. Основними факторами при виборі виду транспорту для вантажних перевезень є...
74. Як характеризується автомобільний транспорт за швидкістю доставки вантажів?
75. Метод приведених витрат включає...
76. Назвіть критерії вибору перевізника для вантажних перевезень
77. Визначте мету проведення аналізу ринку вантажних транспортних послуг
78. Перерахуйте особливості пасажирських перевезень на автомобільному транспорті
79. За рахунок яких статей формуються доходи від пасажирських перевезень?
80. Назвіть основні критерії вибору виду транспорту для перевезень пасажирів
81. При виборі виду транспорту для пасажирських перевезень використовують показники...
82. Розвиток транспортного обслуговування населення визначає...
83. Оцінку розвитку транспортної пасажирської мережі проводять за...
84. На кого розповсюджуються нормативні документи, що запроваджені в сфері пасажирських перевезень?
85. Назвіть основні критерії для участі в конкурсі на право обслуговувати пасажирські маршрути
86. Назвіть фізичних і юридичних осіб, які за результатами конкурсу мають право на заключення договору на перевезення
87. Які зобов'язання перевізника відповідно до угоди на пасажирські перевезення?

88. Які зобов'язання замовника відповідно до угоди на пасажирські перевезення?
89. Назвіть напрямки розвитку пасажирських перевезень
90. Наведіть визначення поняття міжміських перевезень
91. Визначте особливості міжміських перевезень
92. Наведіть визначення міжнародних перевезень
93. Визначте зміст консульського рахунку-фактури
94. Визначте зміст упаковочного листа
95. Визначте зміст відвантажувальної специфікації
96. Визначте зміст вантажного маніфесту
97. Визначте зміст сертифікату походження вантажу
98. Визначте зміст сертифікату якості вантажу
99. Визначте зміст фітосанітарного сертифікату
100. Визначте зміст фумігаційного сертифікату
101. Визначте зміст гігієнічного сертифікату
102. Визначте зміст ветеринарного сертифікату
103. Визначте зміст сертифікату небезпечних вантажів
104. Які функції виконує АСМАП?
105. Назвіть обов'язкові умови вступу в АСМАП
106. Визначте особливості змішаних перевезень
107. Визначте зміст інтермодальної системи перевезень
108. Визначте зміст мультимодальної системи перевезень
109. Визначте зміст комбінованої системи перевезень
110. Визначте зміст юнімодальної системи перевезень
111. Назвіть умови використання пакетної системи перевезень
112. Назвіть умови використання контейнерної системи перевезень
113. Назвіть зміст контрейлерної системи перевезень:
114. Назвіть умови використання трейлерної системи перевезень
115. Назвіть умови використання роудрейлерної системи перевезень
116. Назвіть функції цін у ринковій економіці
117. Назвіть основні види ціни, які присутні на транспортних ринках
118. Назвіть загальноекономічні фактори, що впливають на рішення про ціну транспортних послуг

119. Назвіть галузеві фактори, що впливають на рішення про ціну транспортних послуг
120. Назвіть теоретичні фактори, що безпосередньо впливають на рішення про ціну транспортних послуг
121. Назвіть найпоширеніші цілі АТП при реалізації транспортних послуг
122. Визначте вплив рівня попиту на ціну транспортної послуги АТП
123. Визначте вплив величини витрат на ціну транспортної послуги АТП
124. Визначте вплив державного регулювання на ціну транспортної послуги АТП
125. Визначте вплив конкуренції на ціну транспортної послуги АТП
126. Визначте вплив підвищеної ціни транспортної послуги на створення іміджу АТП
127. Визначте вплив зниженої ціни транспортної послуги на створення іміджу АТП
128. Визначте вплив диференційованої ціни транспортної послуги на створення іміджу АТП
129. Визначте вид ціни на стадії великих витрат, повільного росту обсягів реалізації транспортних послуг АТП
130. Визначте умови фіксування цін в процесі державного регулювання цін на транспортні послуги АТП
131. Перерахуйте показники, за якими АТП встановлює власні тарифи на транспортні послуги
132. Визначте основу методів ціноутворення на транспортних підприємствах
133. Визначте зміст поняття націнки при реалізації транспортних послуг АТП
134. Визначте зміст поняття маржі при реалізації транспортних послуг АТП
135. Визначте зміст беззбитковості транспортних послуг АТП
136. Визначте зміст стратегії шкалування цін при оптимізації ціни транспортних послуг АТП
137. Визначте зміст стратегії «некруглих» цін при оптимізації ціни транспортних послуг АТП

138. Визначте зміст стратегії надання знижок до ціни при оптимізації ціни транспортних послуг АТП
139. Визначте зміст поняття собівартості транспортних послуг
140. Назвіть фактори які визначають величину собівартості транспортних послуг, пов'язану з характеристикою потенціалу АТП і не відображають інтенсивності його діяльності
141. Назвіть фактори які визначають величину собівартості транспортних послуг, пов'язану з інтенсивністю та особливостями діяльності АТП
142. На основі якого групування формується кошторис витрат на виробництво транспортних послуг?
143. Виділіть витрати, які відносять до статті звичайних видів діяльності
144. Виділіть витрати, що відносять до статті операційних, позареалізаційних, надзвичайних
145. Яким показником визначається величина співвідношення окремих статей витрат?
146. На основі якого групування формується калькуляція собівартості транспортних послуг?
147. Перерахуйте витрати, які відносять до основних
148. Перерахуйте витрати, які відносять до накладних
149. Наведіть визначення поняття собівартості одиниці продукції АТП
150. Які показники характеризують політику витрат підприємства?
151. Який показник визначає нижню межу цін на транспортні послуги
152. Який показник визначає верхню межу цін на транспортні послуги?
153. Який показник визначає середнє значення цін на транспортні послуги?
154. Який метод встановлення тарифів на транспортні послуги потребує постійного вивчення ринкового рівня цін?
155. Назвіть тарифні ставки для вантажних перевезень
156. Назвіть тарифні ставки для міжнародних вантажних перевезень
157. Наведіть визначення поняття тарифної ставки

158. Наведіть визначення поняття тарифної плати
159. Наведіть визначення поняття тарифної схеми
160. Назвіть стандартні тарифні схеми АТП
161. Назвіть умови застосування елемента плати за замовлення в структурі тарифної плати
162. Назвіть основні види надбавок до тарифної плати, що використовуються в практичній діяльності вантажних перевезень
163. Назвіть основні види знижок до тарифної плати, що використовуються в практичній діяльності вантажних перевезень
164. Визначте зміст поняття тарифного класифікатора вантажів
165. Назвіть суб'єкти, які можуть розробляти тарифні класифікатори вантажів
166. Визначте елементи, за якими можна визначати клас вантажу
167. Назвіть основні елементами тарифного стилю АТП
168. Назвіть значення ціни на транспортні послуги в ринкових умовах
169. Назвіть особливості комерційної роботи в умовах пасажирських перевезень
170. Розкрийте зміст соціального фактору в умовах пасажирських перевезень
171. Назвіть способи визначення тарифу в умовах пасажирських перевезень
172. Назвіть елементи розрахункового тарифу на перевезення одного пасажера
173. Визначте зміст поняття розрахункового тарифу
174. Назвіть методи встановлення оплати за проїзд пасажирів
175. Назвіть одиниці виміру тарифної ставки в умовах пасажирських перевезень
176. Величина тарифів має забезпечити перевізнику...
177. Назвіть елементи витрат калькуляції собівартості пасажирських перевезень
178. Назвіть елементи, які не включають до складу витрат калькуляції собівартості пасажирських перевезень
179. Перерахуйте ризики в умовах організації пасажирських перевезень

180. Розкрийте зміст поняття дотації
181. Визначте методику розрахунку дотацій на відшкодування збитків від перевезень пільгових категорій пасажирів
182. Визначте методику розрахунку обсягів перевезень пільгових категорій пасажирів
183. Перерахуйте питання, які розглядаються бізнес-планом АТП
184. Визначте зміст поняття провізних можливостей АТП
185. Визначте зміст поняття умов роботи АТП
186. Перерахуйте критерії оцінки діяльності АТП за видами перевезень
187. Перерахуйте критерії оцінки діяльності АТП за групами послуг
188. Наведіть класифікацію споживачів послуг АТП
189. Наведіть класифікацію послуг АТП
190. Визначте комерційні заходи для роботи із споживачами, що користуються послугами АТП та не мають перспективи комерційного розвитку
191. Назвіть етапи роботи з перспективи укладання довгострокового договору
192. Визначте зміст розвитку підприємства за рахунок глибокого проникнення на ринок
193. Визначте зміст розвитку підприємства за рахунок поширення меж ринку
194. Визначте зміст розвитку підприємства за рахунок вдосконалення автотранспортних послуг
195. Назвіть заходи розвитку АТП глибоким проникненням на ринок
196. Назвіть заходи розвитку АТП розширенням меж ринку
197. Назвіть заходи розвитку АТП вдосконаленням автотранспортних послуг
198. Визначте зміст спеціалізації АТП
199. Визначте переваги спеціалізованого АТП стосовно універсального
200. Визначте завдання виробничого планування АТП
201. Назвіть заходи, які необхідно провести у випадку перевищення попиту над перевізними можливостями АТП

202. Назвіть заходи, які необхідно провести у випадку перевищення перевізних можливостей АТП над попитом
203. Наведіть формулу визначення потреб в транспортних засобах АТП
204. Назвіть систему показників для визначення продуктивності одного автомобіля
205. Визначте показники плану технічного обслуговування і ремонту на АТП
206. Наведіть формулу розрахунку кількості ТО і ремонтів на АТП
207. Наведіть формулу розрахунку працеемності кожного виду ТО і ремонтів
208. Визначте елементи організаційного плану АТП
209. Наведіть порядок визначення кількості водіїв для виконання певного обсягу робіт АТП
210. Назвіть елементи основної заробітної плати водіїв
211. Назвіть елементи додаткової заробітної плати водіїв
212. Навіть показники преміювання водіїв
213. Визначте задачу фінансового плану АТП
214. Визначте систему показників для розрахунку собівартості перевезень
215. Визначте методика розрахунку накладних витрат АТП
216. Назвіть групи користувачів інформації АТП
217. Перерахуйте підсистеми інформаційно-комп'ютерної системи АТП
218. Назвіть масиви інформації про зовнішнє середовище АТП
219. Назвіть масиви інформації про внутрішнє середовище АТП
220. Наведіть ознаки класифікації джерел інформації АТП
221. Перерахуйте елементи планових джерел інформації АТП
222. Назвіть напрямки експрес-діагностичного аналізу діяльності АТП
223. Назвіть остаточну економічну ціль діяльності АТП
224. Наведіть порядок визначення прибутку АТП
225. Визначте показники для розрахунку доходів АТП
226. Назвіть показники, що характеризують фінансовий стан АТП
227. Перерахуйте методи визначення ефективності діяльності АТП

228. Назвіть причини розвитку АТП
229. Визначте зміни, які потребує АТП для власного розвитку
230. Послідовно назвіть етапи реструктуризації АТП
231. Наведіть визначення поняття інвестицій
232. Назвіть джерела фінансування діяльності АТП
233. Наведіть визначення поняття лізингу
234. Розкрийте зміст поняття франчайзинг
235. Визначте зміст поняття комерційної таємниці АТП

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Нагорний Є. В., Павленко О. В., Волкова Т. В. Електронний конспект лекцій з дисципліни «Комерційна робота на транспорті»: для студентів спец. 275 «Транспортні технології на автомобільному транспорті»: [Електронний ресурс]. Харків : ХНАДУ, 2023. 272 с. URL: ftp://194.44.189.147/libfulltxt/UCHLIB/ER/2023/EKL_NahornyPavlenkoVolkova_KRT_2023.pdf

2. Нагорний Є.В., Шраменко Н. Ю. Комерційна робота на автомобільному транспорті. Харків : ХНАДУ, 2010. 324 с.

3. Нагорний Є. В., Шраменко Н. Ю. Комерційна робота на транспорті. Харків : ХНАДУ, 2012. 268 с.

4. Крамаренко І. Г. Організація комерційної роботи на транспорті : навчальний посібник. Харків : ХНАДУ, 2001. 102 с.

5. Нагорний Є. В., Шраменко Н. Ю. Комерційна робота на автомобільному транспорті. Харків : ХНАДУ, 2010. 324 с.

6. Нагорний Є. В., Шраменко Н. Ю. Комерційна робота на транспорті. Харків : ХНАДУ, 2012. 268 с.

7. Горяїнов О. М. Вантажні перевезення: Конспект лекцій. (для студентів напряму підготовки «Транспортні технології»). Харків : ХНАМГ, 2009. 109 с.

8. Організація та управління пасажирськими перевезеннями: підручник / Маруніч В. С., Шморгун Л. Г. та ін. ; за ред. доц. В. С. Маруніч, проф. Л. Г. Шморгуна. К. : Міленіум, 2017. 528 с.

9. Мірошніченко Л., Саприкін Г. Автомобільні перевезення: організація та облік / 3-є видання перероблене і доповнене. Харків : Фактор, 2004. 520 с.

10. Сорока С. М., Козак С. В. Ефективність транспортних процесів у ланцюгах постачань та його інвестиційна привабливість. *Науковий журнал*. Луцьк : ЛТНУ, 2023. Том 2 № 21. С. 116–121.

Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Електронний ресурс розміщення в цифровому репозиторії. URL: <http://www.ep3.nuwm.edu.ua/>

3. Законодавство України. URL: <http://www.rada.kiev.ua/>

4. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>

5. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: <http://www.nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka>

6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>