

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛИПЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Н.Г. Пахомова

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ:
ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Липецк
Липецкий государственный технический университет
2021

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛИПЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Н.Г. Пахомова

**ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ: ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Липецк
Липецкий государственный технический университет
2021

ББК У422.31я7
П217

Рецензенты:

кафедра «Учет и информационные технологии в бизнесе» Липецкого филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»;

Е.А. Хрючкина, канд. экон. наук, доц. Елецкого филиала АНО ВО «Российский новый университет»

Пахомова, Н.Г.

П217 Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие / Н.Г. Пахомова. – Липецк : Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2021. – 89 с. – Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-00175-069-7

В учебном пособии рассмотрены особенности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия, а также технологические процессы, осуществляемые в оптовой торговле.

Учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело», изучающих дисциплину «Организация деятельности торгового предприятия». Данное пособие может быть использовано при подготовке к практическим занятиям, а также при написании выпускных квалификационных работ.

Библиогр.: 16 назв.

ББК У422.31я7

Печатается по решению редакционно-издательского совета ЛГТУ.

ISBN 978-5-00175-069-7

© ФГБОУ ВО «Липецкий
государственный технический
университет», 2021
© Пахомова Н.Г., 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Раздел 1. Организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия	5
1.1. Сущность коммерческой деятельности оптового торгового предприятия	5
1.2. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	9
1.3. Управление товарными запасами	15
1.4. Управление ассортиментом товаров	18
1.5. Рекламно-информационная работа.....	21
1.6. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров.....	24
1.7. Структура и содержание договора поставки	29
Вопросы для самоконтроля.....	37
Тесты к разделу.....	37
Раздел 2. Организация технологических процессов оптового торгового предприятия	45
2.1. Технологический процесс оптового торгового предприятия и принципы его организации	45
2.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров	49
2.3. Технология размещения, укладки и хранения товаров	59
2.4. Организация и технология отпуска товаров со склада.....	66
2.5. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе	70
Вопросы для самоконтроля.....	81
Тесты к разделу.....	81
Заключение.....	85
Библиографический список.....	86

Введение

Современная оптовая торговля характеризуется усложнением структуры, обусловленным расширением масштабов деятельности, ростом объема циркулирующих по ее каналам товарных потоков, увеличением числа структурных элементов и многообразием их связей между собой и поставщиками.

Как следствие, конкуренция на рынке оптовой торговли резко возросла и для повышения конкурентоспособности экономическим субъектам, осуществляющим функции оптовой торговли, необходимо разрабатывать новые механизмы функционирования, развивать логистические процессы, применять оптимальные методы управления товарными запасами, обеспечивающие стабильность их функционирования и максимальную прибыль в условиях конкурентной среды посредством сокращения времени обращения товаров, минимизации затрат на формирование и хранение запасов с целью наиболее полного удовлетворения спроса покупателей.

Преобразуя производственный ассортимент продукции в торговый, определяя структуру и направление товарных потоков и выступая в качестве посредника между производителями и розничным торговым звеном, оптовые торговые предприятия способствуют гармонизации потребительского рынка.

Специфическая особенность организации деятельности оптового торгового предприятия состоит в том, что здесь не только осуществляется процесс движения товаров из сферы производства в сферу потребления, но и происходит смена форм стоимости. Поэтому в оптовой торговле необходима грамотная организация как торгового, так и технологического складского процесса.

Раздел 1. Организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия

Сущность коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.

Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров.

Управление товарными запасами.

Управление ассортиментом товаров.

Рекламно-информационная работа.

Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров.

Структура и содержание договора поставки.

1.1. Сущность коммерческой деятельности оптового торгового предприятия

Оптовые торговые предприятия устанавливают хозяйственные связи как с производителями, так и с потребителями. Преобразуя производственный ассортимент продукции в торговый, определяя структуру и направление товарных потоков и выступая в качестве посредника между производителями и розничным торговым звеном, оптовые торговые предприятия способствуют гармонизации потребительского рынка. Коммерческая деятельность оптовых предприятий – это деятельность по купле-продаже товаров и оказанию услуг потребителям, направленная на обеспечение конкурентоспособности и получение прибыли путем удовлетворения потребностей оптовых покупателей в товарах и услугах высокого качества.

Данное определение коммерческой деятельности оптовых предприятий указывает ее цель – получение прибыли, а также:

– определяет, что прибыль зависит от объемов деятельности и качества предоставляемых торговых услуг, так как в условиях рыночных отношений платность услуг, превращение их в своеобразный товар являются основой создания рынка оптовых торговых услуг;

– характеризует оптовые предприятия как посредника, так как они осуществляют закупку и продажу товаров;

– указывает пути повышения конкурентоспособности оптового предприятия в конкурентной среде посредством реализации товаров и услуг высокого качества оптовым покупателям [7].

Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле должна быть направлена на повышение роли оптовых предприятий в улучшении структуры розничного товарооборота, обеспечение ритмичности товароснабжения розничной торговой сети.

Коммерческая деятельность предприятий оптовой торговли включает в себя следующие основные элементы, представленные на рис. 1.

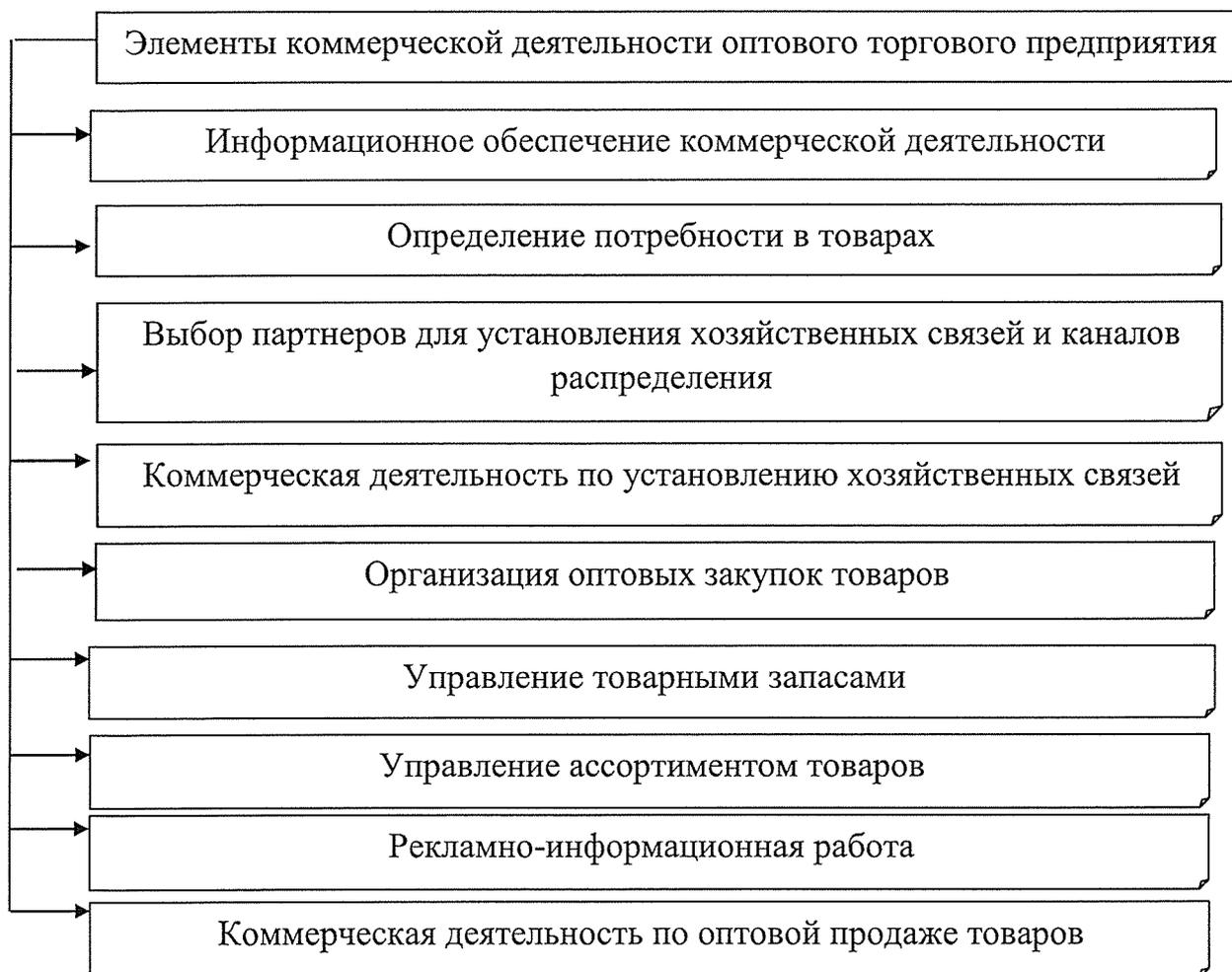


Рис. 1. Элементы коммерческой деятельности оптового торгового предприятия

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Для того чтобы принятые управленческие решения были обоснованы, а прогнозирование и планирование развития ситуации на рынке более точным, оптовому торговому предприятию важно иметь достаточный объем различных информационных данных, которые можно разделить на следующие основные группы информации:

- о потребителях, спросе, мотивах покупок;
- о производимом товаре;
- об обстановке на конкурентном рынке и конкурентной среде;
- о конъюнктуре рынка;
- данные о потенциальных и реальных возможностях торгового предприятия.

Главным источником получения необходимой коммерческой информации является комплексное изучение рынка. Важно знать спрос и предложение, конъюнктуру рынка, сведения о товаре, его потребительских свойствах, качестве, назначении. Для успешной работы на рынке следует детально изучить потребителя (количество обслуживаемого населения, его структуру, социальный состав, покупательную способность) и конкурентов (их сильные и слабые стороны, потенциальные возможности и намерения).

2. Определение потребности в товарах. На данном этапе коммерческой работы следует, базируясь на необходимой информации, определить емкость рынка и его сегментов, обосновать ассортиментную структуру товаров, сроки поставок и размеры единовременных партий. Общая потребность в товарах для предприятия конкретизируется по основным поставщикам в виде оптимальных размеров партий поставки товаров.

При этом очень важно правильно определить размер и частоту заказа при поставке товарной партии, чтобы ее объем обеспечивал максимальное использование складских помещений, сокращение затрат по хранению, оптимизацию условий предъявления и исполнения повторных заказов. Высокий объем партии поставки стимулирует снижение относительного размера

издержек обращения торговой организации по размещению заказа, доставке товаров и их приемке.

3. Выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов распределения. Эта работа начинается с изучения возможных источников поступления товаров, размещения предприятий-изготовителей, объемов и структуры, предлагаемых ими товаров, условий поставок, формы расчетов, способов отгрузки и т.д. На основе полученной информации выбираются партнеры, участники товародвижения, распределяются функции между ними. Это должно быть экономически обосновано. Выбирая партнеров для установления хозяйственных связей, следует стремиться к выявлению наиболее эффективного варианта.

4. Коммерческая деятельность по установлению хозяйственных связей между партнерами. После выбора партнеров по доведению товаров до потребителя осуществляются коммерческие операции по установлению хозяйственных связей. Эта работа предполагает определение формы хозяйственных связей, разработку проекта договора, переговорный процесс по согласованию условий договора, подписание договора.

5. Организация оптовых закупок товаров. Наличие договорных отношений между поставщиком и покупателем предполагает возможность выбора организационных форм закупок, проведение закупок с использованием наиболее эффективных из них (оптовых ярмарок, биржевых площадок, тендерных торгов). Важно заключить договоры с поставщиками на наиболее выгодных условиях, правильно оформить оптовые закупки и обеспечить выполнение договорных обязательств.

6. Управление товарными запасами предполагает их нормирование, оперативный учет и контроль, а также регулирование.

7. Управление ассортиментом товаров является важной составляющей частью товарной политики предприятия. Управление ассортиментом заключается в определении набора товарных групп, наиболее предпочтительных

для успешной работы на рынке и обеспечивающих экономическую эффективность деятельности предприятия в целом.

8. Рекламно-информационная работа. Рекламная работа оптовых предприятий направлена в первую очередь на установление регулярных информационных связей оптового звена со своими покупателями – оптовыми и розничными торговыми предприятиями – для воздействия на них в целях увеличения закупок товаров.

9. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров направлена на выбор формы оптовой продажи, обоснование целесообразности ее применения, определение операций, обеспечивающих эффективную продажу при складской и транзитной формах, правильное оформление продажи, контроль выполнения условий договора.

1.2. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров

Закупочная работа является основой коммерческой деятельности в торговле. С нее, по существу, начинается коммерческая работа. Чтобы продать товар покупателю и получить прибыль, необходимо располагать (владеть) товаром. Правильно организованные оптовые закупки дают возможность сформировать необходимый ассортимент товаров, осуществлять воздействие на производителей товаров в соответствии с требованиями покупательского спроса, а также обеспечивают эффективную работу торгового предприятия [11].

Коммерческая работа по оптовым закупкам складывается из следующих этапов, представленных на рис. 2.

1. Принятие коммерческих решений по оптовым закупкам товаров невозможно без изучения и прогнозирования покупательского спроса.

Изучение спроса требует комплексного подхода, позволяющего получить полную информацию о необходимых потребителю товарах и ценах, которые они готовы за них заплатить. Такая информация не только способствует изучению спроса, но и помогает выявлять тенденции его изменения и развития.

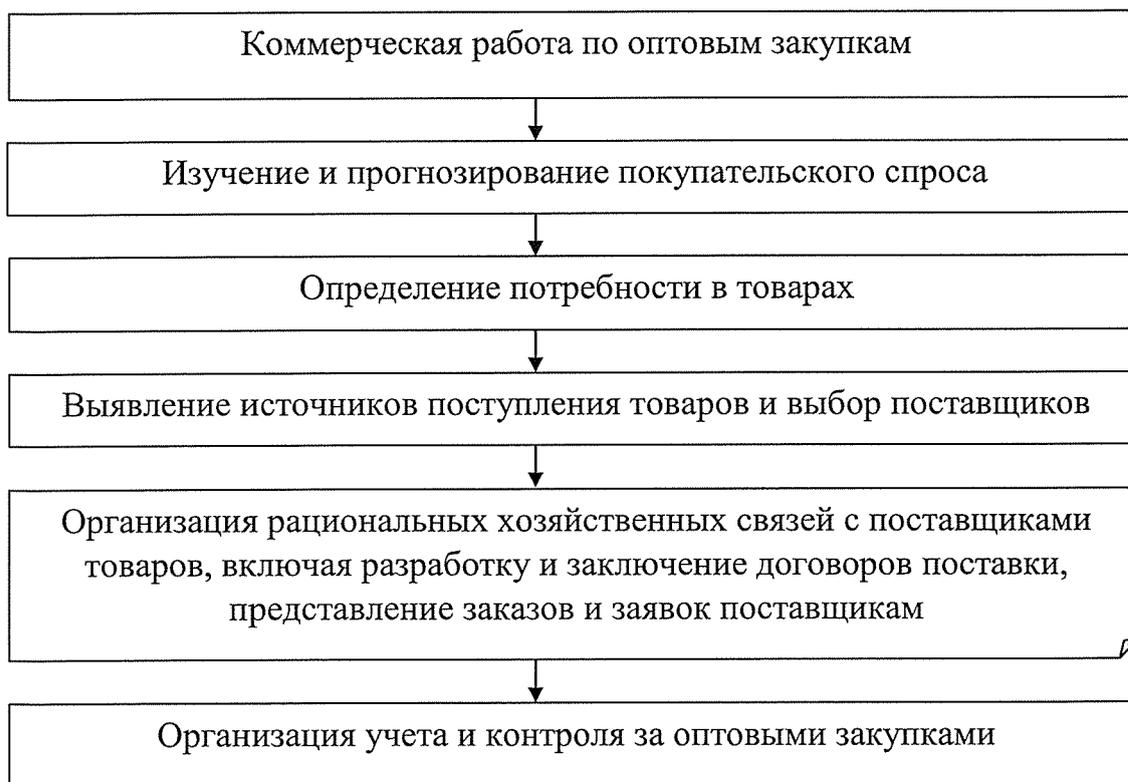


Рис. 2. Основные этапы коммерческой работы по оптовым закупкам товаров

Объем и структура спроса населения развиваются под воздействием следующих факторов:

- социально-экономических (уровень денежных доходов населения, уровень розничных цен и т. д.);
- демографических (численность и состав населения, размер и состав семей и т. д.);
- природно-климатических; исторических; национальных и др.

Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров должна базироваться на принципах и методах современного маркетинга, с помощью которых коммерческие работники получают необходимую информацию о том, какие изделия и почему хотят покупать потребители, о ценах, которые потребители готовы заплатить, о том, в каких регионах спрос на данные изделия (т.е. емкость

рынка) наиболее высокий, где сбыт или закупка продукции может принести наибольшую прибыль.

Изучение и прогнозирование покупательского спроса является необходимым условием для успешной коммерческой работы по закупкам товаров. Теория и практика маркетинга выработали целый арсенал средств и способов изучения и прогнозирования покупательского спроса, которые необходимо использовать при организации оптовых закупок товаров. К ним относят оперативный учет продажи товаров и движение товарных запасов за истекший период, изучение и обобщение заявок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенного спроса оптовых покупателей, проведение ассортиментных и конъюнктурных совещаний с покупателями, экономико-математические методы прогнозирования спроса и др.

Существуют различные способы изучения и прогнозирования спроса, применяемые в оптовой торговле. Например, анализ показателей товарооборота, товарных запасов и товарооборачиваемости, а также реализованного и нереализованного спроса оптовых покупателей. Полезными могут оказаться данные опросов покупателей о приобретаемых ими товарах, пожелания и замечания по их качеству и ассортименту. Такие опросы по заказу оптовых организаций могут проводиться, например, в магазинах. Там же возможна организация выставок новых товаров.

Для изучения и прогнозирования спроса на крупных и средних торговых предприятиях создаются маркетинговые службы (отделы), одной из основных функций которых является изучение как общего объема спроса (емкости рынка), так и внутригрупповой структуры спроса на закупаемые товары.

2. Своевременное и точное выявление потребности в товарах служит существенной предпосылкой для закупок требуемых товаров и предоставления их на потребительском рынке в необходимых количествах. Если потребность в товарах оценена слишком высоко, то вследствие этого возникают излишки товара, которые приведут к ненужным повышенным издержкам. Если она

определена слишком низко, это вызывает перебои в обеспечении потребителей товарами и неудовлетворение покупательского спроса. Покупатели в таком случае могут обратиться к конкурентам, снизится оборот и потеряется некоторая доля рынка.

Полученные различными способами и систематизированные данные являются основой для определения потребности в товарах. При этом не только рассчитывается объем подлежащих закупке товаров, но и уточняется их ассортимент.

3. Для успешного выполнения коммерческих операций по закупкам товаров оптовые торговые предприятия должны систематически заниматься выявлением и изучением источников закупки и поставщиков товаров.

К источникам поступления товаров относят отрасли народного хозяйства, которые производят различные товары народного потребления (сельское хозяйство, предприятия АПК, предприятия легкой, пищевой, мясомолочной продукции, рыбного хозяйства, ВПК, тяжелой промышленности и др.).

При проведении закупочной работы оптовые торговые предприятия должны исходить из возможности максимального использования товарных ресурсов региона, в котором они осуществляют свою деятельность. Для этого коммерческим службам необходимо владеть информацией о местных промышленных и сельскохозяйственных предприятиях (поставщиках-изготовителях) и производимых ими товарах (ассортименте, качестве, упаковке, ценах).

Коммерческим работникам следует посещать производственные предприятия с целью ознакомления с производственными возможностями предприятия, объемом и качеством выпускаемой продукции, а также участвовать в совещаниях с работниками промышленности, в работе оптовых ярмарок, выставок-просмотров новых образцов изделий. При выборе поставщиков-изготовителей важную роль играет не только то, какие товары они производят и продают в настоящее время, но и их возможности по усовершенствованию, а также выпуску новых товаров.

Чтобы закупать товары, которые не производят местные предприятия, коммерческим работникам необходимо постоянно анализировать рекламные объявления, в том числе и поставщиков-посредников, с предложениями оптовой продажи товаров. Поиску поставщиков товаров способствует также посещение выставок новых товаров, оптовых ярмарок, оптовых рынков и товарных бирж.

Формирование товарных ресурсов является предметом постоянной работы торгового аппарата оптовых баз.

4. К важнейшим элементам закупочной работы относится установление хозяйственных связей с поставщиками товаров. Под хозяйственными связями понимают складывающиеся между покупателями и поставщиками товаров экономические, организационные, коммерческие, финансовые, правовые и другие отношения. Регулирование таких отношений осуществляется с помощью правовых норм гражданского законодательства. Так как взаимоотношения между покупателями и поставщиками возникают в процессе купли-продажи, то они строятся на базе договора купли-продажи или отдельного его вида – договора поставки.

5. Важнейшей функцией в закупочной работе является контроль входных потоков поставок. Процесс контроля заключается в отслеживании движения материальных потоков, начиная с подтверждения источников генерации получения заказа, согласования условий поставки и завершая проверкой отгрузки и доставки заказанной продукции. В ходе осуществления контроля за выполнением заказа проверяется соблюдение поставщиком своих договорных обязательств по ассортиментной структуре, мощности материального потока и качеству продукции. Проверка транспортно-экспедиционных посредников заключается в соблюдении сроков доставки, отсутствии повреждений, недостатков и т.д. Выполняемая на предприятии функция контроля позволяет регулировать интенсивность материальных потоков и делать выводы о надежности и ответственности поставщика.

Произошедшие непредвиденные сбои в поставках могут привести к временной остановке продаж или к сокращению их объемов. При надлежащей организации контроля предприятие сможет оперативно получать информацию об объеме и сроках ожидаемых поставок товаров и оперативно принимать соответствующие меры при возможных отклонениях от условий заказа.

Система контроля за выполнением заказа предусматривает прямой постоянный контакт между отправителем и получателем товара. Данное взаимодействие обоюдовыгодно, так как позволяет выявить недостатки в работе поставщика, а для потребителя иметь надежного поставщика, позволяющего работать предприятию без сбоев. Установленная на предприятии система контроля предназначена не только для соблюдения условий заказа, но также для выявления на начальной стадии брака. Тем самым, она позволяет избежать попадания в торговый процесс некачественной продукции и материалов.

Сложность осуществления контроля за выполнением заказа обусловлена номенклатурой, ассортиментом поставляемого товара. Чем шире ассортимент, тем больше времени будет уходить на проверку поставляемой партии товара. Партия товара это регламентированный договором объем и ассортимент одноразовой поставки продукции. Формирование партии товара происходит на основе потребности заказчика в конкретном материальном потоке.

Параметры, по которым предприятие-получатель будет осуществлять контроль за выполнением заказа, целиком и полностью зависят от самого предприятия. Как правило, перечень требований к партии товара формируется на основе производственной необходимости, обусловленной конечным продуктом и технологическим процессом. С другой стороны, партия поставки зависит от возможности поставщика, вида используемого транспорта, условий хранения продукции и многих других факторов.

При размещении заказа и его реализации потребитель должен обязательно согласовать с поставщиком интервалы материальных потоков. Если интервал отгрузки является ориентиром для поставщика, то и интервал поставки является ориентиром для потребителя. Интервал отгрузки – это время между двумя

следующими друг за другом поставками. Интенсивность интервала отгрузки зависит от транзитной нормы, наличия складских мощностей у грузополучателя и других факторов.

Категория интервала отгрузки в закупочной работе используется при планировании норм запаса, осуществлении контроля за поставками, регулировании производственно-хозяйственной деятельности. При заключении договорных обязательств рассчитывают также частоту поставок (число поставок в отчетном периоде), а через данный показатель средний интервал поставки.

Таким образом, для успешного выполнения коммерческих операций по закупкам товаров необходимо систематически заниматься выявлением и изучением источников закупки и поставщиков товаров. С поставщиками товаров должны быть налажены рациональные хозяйственные связи, предпочтительно прямые и долгосрочные договорные взаимоотношения, позволяющие закупать товары как у поставщиков-изготовителей на стабильной договорной основе, так и у оптовых посредников при экономической и организационной выгоды этих закупок.

1.3. Управление товарными запасами

Процесс реализации товаров требует постоянного наличия на предприятии товарных запасов. Товарные запасы – это часть товарного обеспечения, представляющая собой совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю. Товарные запасы образуются на всех стадиях движения товаров: на складах производственных предприятий, в пути, на складах оптовых и розничных торговых организаций и предприятий.

Формирование оптимального товарного запаса позволяет оптовому торговому предприятию обеспечивать устойчивость ассортимента товаров, осуществлять определенную ценовую политику, повышать уровень удовлетворения покупательского спроса. Все это требует поддержания на каждом предприятии достаточной широты ассортиментных позиций товарных запасов [14].

По своему назначению товарные запасы, формируемые на оптовых торговых предприятиях, можно подразделить на товарные запасы текущего хранения, запасы сезонного хранения и досрочного завоза.

Основную массу всех запасов оптового торгового предприятия составляют товарные запасы текущего хранения. Они необходимы для обеспечения бесперебойной продажи товаров в текущем периоде. Их необходимо постоянно пополнять. Товарные запасы сезонного хранения и досрочного завоза формируются в первую очередь по таким товарам, которые имеют значительный разрыв во времени между их производством и потреблением.

Товарные запасы, создаваемые на предприятиях торговли, могут оцениваться суммой запасов в стоимостном выражении, количеством запасов в натуральном выражении или размером запаса в днях товарооборота. Они находятся в постоянном движении и обновлении. Конечной стадией их движения является потребление. Назначением товарных запасов оптового торгового предприятия является обслуживание потребностей в товарах оптовых покупателей.

Совершенствование управления товарными запасами оптовых предприятий направлено:

- на ускорение их оборачиваемости;
- эффективное использование складских помещений и емкостей;
- обеспечение мобильности запаса.

Перед оптовыми предприятиями ставится задача концентрации запасов и контроль за их уровнем. Управление товарными запасами предполагает их нормирование, оперативный учет и контроль, а также регулирование. Нормирование товарных запасов позволяет разработать и установить их необходимые размеры. Разработанные для торговых предприятий необходимые размеры товарных запасов способны обеспечивать поддержание их на экономически обоснованном уровне, с тем чтобы обеспечить бесперебойное и ритмичное товароснабжение оптовых покупателей. Они устанавливаются отдельно для товарных запасов текущего хранения, сезонного накопления и

досрочного запаса по товарным группам в сумме и днях складского товарооборота.

Проблема оптимизации уровня товарных запасов связана с экономическими показателями работы оптовых предприятий. Современной теорией управления запасами разработаны две основные системы управления. Такими системами являются: система управления запасами с фиксированным размером заказа и система управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами.

Система управления запасами с фиксированным размером заказа – основополагающим параметром системы выступает размер заказа. Критерием оптимальности выступает минимум совокупных затрат на хранение запасов и повторение заказа. Система управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами: заказы делаются в строго определенные моменты времени, которые отстоят друг от друга на равные интервалы, например 1 раз в месяц, 1 раз в неделю и т.п. Размер заказа рассчитывается таким образом, что при условии точного соответствия фактического потребления за время поставки ожидаемому поставка пополняет запас на складе до максимально желательного уровня.

Оперативный учет и контроль за состоянием товарных запасов ведется на основании действующих форм учета и отчетности. Для этой цели торговый (коммерческий) отдел оптового торгового предприятия использует данные о количественно-суммовом учете, статистические отчеты о товарообороте и товарных запасах. В них отражаются остатки товаров на начало месяца, а также данные об их поступлении на склад и продаже оптовым покупателям. Фактические остатки товаров сопоставляют с необходимыми размерами и при выявлении отклонений устанавливают причины, вызвавшие эти отклонения.

Регулирование товарных запасов заключается в поддержании их на определенном уровне и маневрировании ими. Оно предполагает принятие торговыми работниками различных коммерческих решений с целью оптимизации товарных запасов.

В управлении товарными запасами на предприятиях оптовой торговли широко используются компьютеры, на базе которых создают автоматизированные системы управления товарными запасами. Внедрение таких систем позволяет сократить трудовые затраты, сформировать более качественную управленческую информацию и ускорить ее обработку, а также значительно повысить уровень управления товарными ресурсами.

1.4. Управление ассортиментом товаров

Определенная часть товаров всегда находится в пути и по мере поступления на склады оптовых баз пополняет их запасы. За движением этих товарных потоков также должен быть организован постоянный контроль. В этой связи работники аппарата оптовой базы обязаны знать средние пробеги грузов от пунктов отгрузки до пунктов назначения. С учетом средних сроков пребывания грузов в пути регулируется периодичность отгрузки, оказывается воздействие на поставщиков, принимаются меры по формированию сбалансированного ассортимента товаров.

Основными группировочными признаками товаров являются производственный, сырьевой и потребительский. Для рационального формирования ассортимента товаров в торговых предприятиях различают торговый ассортимент, товары простого и сложного ассортимента, товары повседневного спроса, товары периодического спроса, товары редкого спроса.

Под формированием ассортимента следует понимать процесс подбора и установления номенклатуры товаров, соответствующий спросу покупателей и обеспечивающий высокую прибыльность торгового предприятия. Создание оптимального ассортимента товаров в коммерческих структурах, занимающихся оптовой торговлей является одним из важных условий бесперебойного снабжения розничной торговой сети ассортиментом товаров, удовлетворяющим запросы конечных потребителей. В связи с этим формирование рационального ассортимента товаров представляет важнейшую функцию коммерческих служб оптовых предприятий.

Главным принципом формирования ассортимента товаров является обеспечение его соответствия характеру спроса населения, обслуживаемого клиентами оптового предприятия. Оно должно предусматривать комплексное удовлетворение спроса покупателей в рамках избранного сегмента рынка. Ассортимент товаров, предлагаемых оптовым покупателям, должен обладать достаточной широтой и глубиной. При этом широта ассортимента определяется числом товарных групп, подгрупп и наименований товаров, включенных в номенклатуру, а глубина – числом разновидностей товаров по каждому наименованию. Широта и глубина ассортимента товаров на складах оптового предприятия будут зависеть от ассортиментного профиля, размеров складской площади, состояния предложения на потребительском рынке и других факторов.

Одним из принципов формирования товарного ассортимента на предприятиях оптовой торговли выступает обеспечение его устойчивости, что особенно важно, когда речь идет о товарах повседневного спроса. Устойчивый ассортимент позволяет обеспечить бесперебойное и ритмичное товароснабжение розничных торговых предприятий, являющихся основными оптовыми покупателями. Также одним из важных принципов рационального формирования ассортимента оптового торгового предприятия является обеспечение условий его рентабельной работы.

Процесс формирования ассортимента товаров оптовых предприятий с учетом рассмотренных выше принципов заключается, прежде всего, в определении перечня основных групп и подгрупп реализуемых товаров. При этом необходимо исходить из возможности удовлетворения запросов оптовых покупателей с учетом их специализации на торговле соответствующими товарами. Если оптовое предприятие снабжает преимущественно розничные торговые предприятия товарами повседневного спроса, то сформированный им ассортимент должен, прежде всего, удовлетворять требованиям этой группы предприятий. Предприятие, занимающееся торговлей товарами, должно позаботиться о достаточной глубине ассортимента в пределах соответствующих групп и наименований товаров, иначе оно не сможет содействовать успешному

формированию комплексов и микро комплексов товаров в обслуживаемых ими универсальных и специализированных розничных торговых предприятиях.

Поэтому следующим этапом формирования ассортимента является определение количества реализуемых разновидностей товаров по каждому наименованию. Занимаясь формированием ассортимента товаров, коммерческие службы должны постоянно следить за появлением на рынке новых товаров и вовлекать их в товарооборот. Одновременно они должны принимать меры по исключению из своей номенклатуры товаров устаревших моделей, а также товаров, спрос на которые резко снизился.

Инструментом, с помощью которого осуществляется регулирование ассортимента товаров на складах оптовых предприятий, является ассортиментный перечень. В него включается перечень наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые постоянно должны быть в наличии на складе.

Ассортиментные перечни рекомендуется разрабатывать на год. При необходимости в течение года в них можно вносить соответствующие изменения. В них следует предусматривать групповую и внутригрупповую структуру, а также основные и дополнительные признаки разновидностей товаров.

Разработка ассортиментных перечней включает три этапа.

На первом этапе определяется перечень ассортиментных позиций. При этом учитывается номенклатура товаров, прошедших через оптовые предприятия в отчетном году, и номенклатура товаров, указанных в спецификациях к договорам на поставку товаров в предстоящем году.

На втором этапе рассчитывается число разновидностей каждого товара по основному признаку, т.е. определяется их количество по каждой позиции товаров, поступивших за год.

На третьем заключительном этапе определяется количество разновидностей каждого товара для неснижаемого ассортимента, включающее

такое их количество, которое постоянно должно быть в запасах и которое в любое время может быть предложено покупателю.

С помощью ассортиментного перечня коммерческая служба оптового предприятия может осуществлять систематический контроль за полнотой и стабильностью ассортимента товаров на складах и снабжением ими оптовых покупателей своего целевого рынка.

1.5. Рекламно-информационная работа

Рекламная работа оптовых предприятий направлена в первую очередь на установление регулярных информационных связей оптового звена со своими покупателями – оптовыми и розничными торговыми предприятиями – для воздействия на них в целях увеличения закупок товаров.

Помимо основных сведений о качестве, свойствах и цене товаров, рекламная информация оптовых предприятий содержит данные об условиях продажи отдельных партий товара, их размерах, способах доставки покупателям и другие сведения, необходимые для работников оптовых и розничных предприятий и организаций.

Для ознакомления оптовых покупателей с ассортиментом товаров, внешним видом рекламируемых изделий, особенностями их конструкции, отделки широко используются средства демонстрационной рекламы. Главная роль в организации и проведении такой рекламы принадлежит работникам оптовых предприятий.

Основная работа по рекламированию товаров ведется в демонстрационном зале оптового предприятия (зал товарных образцов), где оборудованы витрины и стенды с образцами товаров, имеющих в продаже. Здесь покупатели могут не только осмотреть выставленные товары, познакомиться с новинками, но и получить квалифицированную консультацию у специалиста по той или иной товарной группе.

Большой эффект дает рекламирование товаров во время проведения оптовых ярмарок, где, наряду с показом товаров на витринах и стендах,

проводятся дегустации пищевых продуктов, демонстрируются товары в действии.

Средствами рекламы, адресованной потенциальным клиентам, служат также информационные письма, бюллетени, каталоги, проспекты, объявления в печати. С помощью печатной рекламы оптовые предприятия знакомят представителей торговли с теми товарами, которые они реализуют.

Каталоги представляют собой систематизированные перечни товаров с указанием цены, назначения и условий продажи. Они могут иллюстрироваться красочными рисунками, сопровождаемыми краткими описаниями товаров.

Проспекты рассчитаны на рекламирование отдельных товаров (например, электробытовых приборов, ножевых изделий, текстильной галантереи и т. п.). В них помещают изображение рекламируемого товара, описывают его свойства и способы использования.

Для рекламы таких товаров, как швейные и трикотажные изделия, а также обувные товары издаются альбомы с художественно исполненными рисунками, а по тканям составляют альбомы образцов. Альбомы высылают покупателям с условием их возвращения после просмотра.

Рекламные информационные письма направляют отдельным покупателям для информации об имеющихся и ожидаемых к поступлению товарах, о появившихся новых видах изделий. В информационных бюллетенях, которые носят общий для всех покупателей характер, помимо указанных выше сведений, приводятся статистические материалы и обзоры.

Другим направлением рекламной деятельности оптовой торговли является распространение рекламной информации, адресованной населению. Эта реклама призвана усилить спрос покупателей на отдельные товары и побудить тем самым предприятия розничной торговли увеличить их закупку.

Объявления, публикуемые оптовыми организациями в специальной торгово-коммерческой прессе, в отличие от объявлений, обращенных к населению, содержат более подробную характеристику отдельных товаров и условий их оптовой продажи.

В качестве рекламных средств, обращенных к населению, оптовые предприятия (фирмы и др.) используют:

- печатно-множительную рекламу (объявления в периодической печати, листовки, вкладыши и т. п.);
- плакатно-графическую рекламу (афиши, плакаты, уличные транспаранты);
- кинорекламу и широкоэкранный радиотелевизионную рекламу;
- рекламу в Интернет.

Рекламные объявления, обращенные к населению, публикуются оптовыми предприятиями как в центральной, так и в местной печати. Они являются очень эффективным средством воздействия на покупателей благодаря своей массовости и оперативности. По сравнению с другими видами рекламы это самое доступное средство. Оптовые предприятия широко используют рекламные плакаты, которые вывешивают обычно на щитах, устанавливаемых на центральных магистралях городов, вдоль шоссе или железнодорожных путей и рассчитаны на рекламирование одного какого-либо товара.

Оптовые предприятия по торговле продовольственными товарами практикуют проведение в рекламных целях выставок-дегустаций в магазинах и предприятиях массового питания. Выставки-дегустации сопровождаются консультациями специалистов-диетологов, кулинаров, технологов и врачей, которые дают подробную характеристику товара, его пищевых свойств и особенностей. Это способствует формированию правильной оценки товара не только у населения, но и у работников торговых предприятий. Оптовые предприятия должны составлять планы рекламной работы, проводить отдельные рекламные мероприятия, осуществлять выпуск рекламных средств через специализированные рекламные мастерские.

Следует отметить, что сегодня медийное пространство перенасыщено рекламным контентом и многие компании-рекламодатели обратили свой взор на мессенджеры – как на относительно новый канал. Пул инструментов для

выстраивания коммуникативной цепочки «продавец-потребитель» за счёт мессенджеров становится всё больше.

Для грамотного использования важно ориентироваться в том, под какие задачи и цели стоит планировать кампанию в мессенджерах, есть ли рынки, для которых этот канал не подходит.

1.6. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров

Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров состоит из следующих элементов:

- определение целевого рынка оптовых покупателей;
- установление хозяйственных связей с оптовыми покупателями, заключение договоров;
- организация оптовой продажи товаров;
- контроль и учет выполнения договорных обязательств.

Нахождение оптовых покупателей товаров состоит в определении своего целевого рынка. Это достигается посредством маркетинговых исследований региона, спроса и предложения на данную продукцию, конкурентной среды, степени конкурентоспособности товара (марка, престиж, качество послепродажного обслуживания, цена и пр.).

Определить свой конкретный целевой рынок можно выбрав целевую группу клиентов по следующим признакам:

- размер группы (например, только крупные розничные торговцы);
- вид (например, только магазины продовольственных товаров);
- степень и острота заинтересованности в услуге (например, клиенты, нуждающиеся в кредитовании) и др.

Определив регион (район, зону) сбыта, необходимо сегментировать рынок, выделив предпочтительный сегмент: желательно вначале осваивать только один сегмент рынка (в этом случае у оптовой фирмы наибольшие шансы).

После выбора сегмента нужно произвести четкое позиционирование своего товара на этом рынке. Предполагаемое позиционирование на рынке

должно обеспечить фирме-продавцу получение достаточной прибыли и желаемого объема сбыта. В рамках целевой группы оптовое торговое предприятие может выделить наиболее выгодных для себя клиентов, разработать для них специальные предложения и установить с ними более тесные отношения.

Наилучшей формой организации хозяйственных отношений оптовых предприятий с обслуживаемыми торговыми предприятиями по продаже товаров являются договоры поставки.

Необходимость в договоре поставки чаще всего возникает, когда между поставщиком и покупателем установились длительные хозяйственные связи. В этих случаях применяются краткосрочные или долгосрочные (заключаемые на срок более года) договоры, передача товаров по которым происходит отдельными партиями.

В Гражданском кодексе Российской Федерации договор поставки определен как договор, по которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием [1].

Из определения следует, что договор поставки относится к предпринимательским договорам, поскольку стороной-поставщиком данного договора может быть только предприниматель (например: предприятие-изготовитель; оптовое предприятие, осуществляющее посредническую деятельность; гражданин-предприниматель, производящий товары для оптовой продажи, и т. д.).

Сторона, выступающая в роли покупателя, может и не осуществлять предпринимательскую деятельность, но приобретенные ею товары должны применяться в целях, не связанных с личным использованием. Такими целями не являются, в частности, приобретение покупателем товаров для обеспечения его деятельности в качестве организации (оргтехники, офисной мебели,

транспортных средств, материалов для ремонтных работ и т. п.). Однако следует учесть, что если указанные товары приобретаются у продавца, осуществляющего предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, отношения между сторонами регулируются уже не договором поставки, а нормами о розничной купле-продаже.

Законом не установлена определенная форма договора поставки, но, как правило, он заключается в простой письменной форме.

Договор не может быть заключен до тех пор, пока стороны не придут к соглашению по всем его существенным условиям.

Существенными условиями договора поставки являются:

- наименование и количество товаров;
- срок (сроки) исполнения обязательства.

Правило об урегулировании разногласий при заключении договора поставки содержится в Гражданском кодексе. Согласно ему сторона, предложившая заключить договор и получившая от другой стороны предложение о согласовании отдельных условий (например, протокол разногласий), должна в течение тридцати дней со дня получения предложения принять меры по согласованию условий договора либо письменно уведомить другую сторону об отказе от его заключения.

Содержание договора поставки составляют его условия, урегулированные императивными (обязательными для исполнения) и другими (диспозитивными) нормами закона.

Императивные нормы гражданского права точно определяют права и обязанности субъектов; в них содержатся правила, которым субъекты правоотношения обязаны неукоснительно следовать, не имея возможности изменять их в соглашении.

Диспозитивная норма – это норма, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное (ст. 391 ГК). Сторонам предоставлено право определять характер взаимоотношений между ними полностью или в определенной мере по собственному усмотрению, а также

предоставлена достаточно широкая возможность выбора между несколькими вариантами поведения, но в пределах, установленных законом. В диспозитивной норме проявляется принцип, когда свобода каждого ограничивается аналогичной свободой других лиц. О диспозитивном характере правовых норм свидетельствуют содержащиеся в них оговорки типа «если иное не предусмотрено договором».

При этом условия, предусмотренные императивными нормами, подлежат безусловному исполнению сторонами даже в том случае, если они не включены в договор. Условия, которые регулируются диспозитивными нормами, стороны могут принять без изменения. В этом случае в договор вносится либо формулировка условия, либо ссылка на соответствующую статью нормативного акта. Кроме того, стороны вправе исключить такое условие из договора или записать его в измененном виде.

Таким образом, структура договора поставки определяется заключающими его сторонами. Но есть ряд правил, соблюдение которых при составлении текста договора позволяет сторонам впоследствии избежать недоразумений и споров, связанных с различиями в понимании тех или иных условий договора. Поэтому очень важно, чтобы договор содержал все необходимые реквизиты, а его условия не противоречили действующему законодательству. Формулировки условий договора должны быть точными, исключая возможность их двоякого толкования.

Оптовая продажа товаров может осуществляться в двух формах — транзитом, когда предприятие оптовой торговли продает товары без завоза их на свои склады, и продажей товаров со своих складов. Результатом этих форм продажи будет являться оптовый транзитный оборот и соответственно оптовый складской товарооборот. В оптовом товарообороте торговых баз преобладающий удельный вес приходится на оптово-складской товарооборот. Транзитный оборот, в свою очередь, подразделяется на оборот с участием в расчетах (оплаченный или с вложением собственных средств) и без участия в расчетах (неоплаченный, организуемый). Трудоемкость транзитного оборота

значительно ниже складского, поэтому при относительно высоких размерах транзитных наценок он более выгоден для оптовых торговых предприятий. При оптовом складском обороте применяются следующие методы оптовой продажи товаров со складов:

- по личной отборке товаров покупателями;
- по письменной заявке или устной заявке;
- через торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- с помощью активных звонков;
- торговля на оптовых выставках и ярмарках.

Четкое и неуклонное исполнение договорных обязательств является реальным условием эффективности договорной работы. Всякое отступление от принятых обязательств влечет за собой нарушение хозяйственных связей, отражается на финансовом состоянии предприятий, доходах коллективов, а в конечном счете – на потребителях.

Договорная дисциплина включает два требования: реальное исполнение и надлежащее исполнение.

Реальное исполнение означает выполнение обязательств в натуре, иначе говоря, исполнение как таковое. В договоре поставки – это передача товара поставщиком покупателю. Поскольку хозяйственные договоры относятся к числу возмездных, то важное значение приобретает обеспечение реального исполнения встречных обязательств покупателем, включая в первую очередь оплату переданной ему продукции. Надлежащим признается исполнение обязательств в строгом соответствии с его содержанием. Таким образом, если реальное исполнение определяет «что делать», то надлежащее отвечает на вопрос «как делать». Исполнение может считаться надлежащим только при условии, если оно произведено надлежащим лицом, надлежащим образом, в надлежащее время и в надлежащем месте, а также надлежащим предметом.

На современных оптовых предприятиях контроль исполнения договорных обязательств ведется с помощью специальных компьютерных программ.

1.7. Структура и содержание договора поставки

Договор поставки может иметь следующую примерную структуру:

1. Реквизиты договора.
2. Преамбула (вводная часть) договора.
3. Предмет договора.
4. Сроки и порядок поставки.
5. Качество и комплектность.
6. Упаковка и маркировка.
7. Цена и порядок расчетов.
8. Ответственность сторон.
9. Срок действия договора.
10. Изменение и расторжение договора.
11. Разрешение споров.
12. Заключительные положения.
13. Реквизиты сторон.

К реквизитам договора относятся его название, место и дата заключения.

Название договора говорит о юридической сущности документа, позволяет понять, какие он определяет правоотношения. Поэтому в его заголовке желательно указать не просто слово «Договор», а наименование, предусмотренное законом для данного вида договора, то есть «Договор поставки».

После заголовка обычно указываются место и дата заключения договора.

Если в договоре не указано место его заключения, то он признается заключенным в месте жительства гражданина или месте нахождения юридического лица, направившего оферту.

Дата (число, месяц и год) подписания договора позволяет установить момент его заключения и окончание срока действия.

В водной части договора записывается полное наименование сторон и указание на то, что они заключили настоящий договор. Здесь же приводятся фамилии, имена, отчества и должности лиц, имеющих право подписывать

заключаемый договор от имени каждой из сторон. Такие полномочия руководителя предприятия или организации должны быть предусмотрены в их учредительных документах.

Другие лица могут действовать на основании надлежаще оформленной доверенности. В договоре должна содержаться ссылка на эти документы с обязательным указанием их названия, даты выдачи и срока действия (для доверенности).

Чтобы не повторять полные названия сторон в тексте договора, в дальнейшем их именуют так, как это установлено для данного вида договора: «Поставщик» и «Покупатель».

Предмет договора. В этом разделе определяются те отношения, по поводу которых заключается договор. В нем необходимо закрепить обязанность поставщика передать покупателю произведенные или закупленные им товары в количестве, ассортименте и сроки, предусмотренные договором, а также обязанность покупателя эти товары принять и оплатить в установленных договором порядке, форме и размере.

Перечень подлежащих поставке товаров может быть включен в текст договора или приведен в качестве приложения к нему в виде спецификации. В ней, как правило, содержится развернутый ассортимент товаров с указанием их видов, сортов, размеров, моделей и других признаков. Спецификация является неотъемлемой частью договора, о чем обязательно должно быть в нем сказано.

Сроки и порядок поставки. Как уже отмечалось, сроки поставки являются существенным условием договора поставки. В то же время сторонами может быть предусмотрена поставка товаров отдельными партиями в течение срока действия договора, но периоды поставки (сроки поставки отдельных партий) не определены. В этом случае действует требование Гражданского кодекса о поставке товаров равномерными партиями ежемесячно, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов, существа обязательства или обычаев делового оборота [1].

Наряду с определением периодов поставки в договоре может быть установлен график поставки товаров (декадный, суточный, часовой и т. п.).

Такой график прилагается к договору и является его неотъемлемой частью, о чем обязательно делается запись в тексте договора. Досрочная поставка товаров может производиться только с согласия покупателя. Если поставленные досрочно товары приняты покупателем, то они засчитываются в счет количества товаров, подлежащих поставке в следующем периоде.

Порядок поставки определяется договором в зависимости от того, кому поставляются товары. Они могут быть отгружены (переданы) покупателю, являющемуся стороной договора поставки, или лицу, указанному в качестве получателя в отгрузочной разнарядке. Содержание отгрузочной разнарядки и срок ее направления покупателем поставщику определяется договором. Если такой срок договором не определен, то она должна быть направлена не позднее, чем за тридцать дней до наступления периода поставки.

В договоре, как правило, предусматривается, каким видом транспорта и на каких условиях осуществляется доставка товаров. В противном случае право выбора вида транспорта или определения условий доставки товаров принадлежит поставщику, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов, существа обязательства или обычаев делового оборота.

Договором поставки может быть предусмотрена выборка товаров, то есть их получение покупателем или получателем в месте нахождения поставщика. Если срок выборки не указан в договоре, то она должна производиться в разумный срок после получения уведомления поставщика о готовности товара.

Поставщик обязан передать покупателю товары, качество и комплектность которых соответствуют государственным стандартам, техническим условиям или другим нормативно-техническим документам, устанавливающим обязательные требования к качеству товаров. В договоре обязательно указывают (применительно к каждому товару) наименование этих документов, их номер и дату утверждения. Здесь же делают запись о сертификате соответствия или ином документе в зависимости от вида товара, подтверждающем его соответствие

установленным требованиям. Если на товар установлен гарантийный срок, то это также можно записать в данном разделе договора.

Гражданским кодексом установлено, что покупатель обязан осмотреть принятые им товары, а также проверить их количество и качество. В случае выявления несоответствия или недостатков товаров он должен незамедлительно письменно уведомить об этом поставщика. Порядок и сроки проведения такой проверки могут быть определены законом, иными правовыми актами или договором. Например, по соглашению сторон могут применяться правила, установленные инструкциями «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» (П-6) и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству» (П-7).

Упаковка и маркировка. В договоре может содержаться требование о поставке товаров в таре и упаковке, соответствующих государственным стандартам, техническим условиям, другой нормативно-технической документации. В Гражданском кодексе имеется правило о том, что, если иное не определено договором поставки, покупатель обязан вернуть поставщику многооборотную тару и средства пакетирования, в которых поступил товар, в порядке и в сроки, установленные законом, иными правовыми актами, принятыми в соответствии с ними обязательными правилами или договором. Прочая тара, а также упаковка товаров подлежат возврату поставщику лишь в том случае, если это предусмотрено договором.

Упаковка товаров должна содержать необходимую маркировку. Перечень составляющих ее данных зависит от вида товаров, способов упаковки и транспортировки. Требования к маркировке и ее содержание могут определяться либо соответствующими нормативно-техническими документами, либо указываться в самом договоре.

Цена и порядок расчетов. Существуют различные способы указания цены в договоре поставки. Например, конкретная цена для каждого товара может быть записана в самом договоре, в спецификации или в прилагаемом ценовом листе.

К договору может прилагаться протокол согласования цены. При этом в тексте договора необходимо сделать отметку о наличии такого приложения, указав дату, номер и срок действия протокола.

Стороны вправе предусмотреть в договоре поставки возможность изменения цены после его заключения. Например, такое изменение может происходить не чаще одного раза в месяц (квартал и т. д.) и оформляться новым протоколом согласования цены, подписанным обеими сторонами.

Отдельно могут быть указаны цена тары и упаковки, а также то, входит ли их стоимость в стоимость товаров.

Порядок расчетов (например, по мере поступления товаров, предварительная оплата и т. д.) и их форма (например, аккредитив, платежное поручение и т. д.) предусматриваются в договоре. Если же они не определены соглашением сторон, то расчеты осуществляются платежными поручениями.

В зависимости от условий договора товары оплачиваются покупателем, либо получателем. В случае неосновательного отказа получателя оплатить товары или если он не оплатил их в установленный договором срок, поставщик вправе требовать оплаты поставленных товаров от покупателя.

Ответственность сторон. За неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств стороны несут имущественную ответственность, установленную договором в соответствии с общими правилами Гражданского кодекса об ответственности за нарушение обязательств.

Так, договором может быть установлена имущественная ответственность поставщика за недопоставку или поставку некачественных товаров (например, в виде штрафа), а также за несвоевременную поставку товаров (например, пени за каждый день просрочки). При этом, в соответствии с требованиями Гражданского кодекса, неустойка за недопоставку или просрочку поставки товаров взыскивается с поставщика до фактического исполнения обязательства, то есть до тех пор, пока недопоставленное количество товаров не будет восполнено в последующих периодах поставки. Иной порядок уплаты неустойки может быть предусмотрен законом или договором.

Имущественная ответственность покупателя может быть определена договором в случае несвоевременной оплаты им полученного товара. Так как в данном случае речь идет о неисполнении денежного обязательства, с покупателя взыскиваются проценты на просроченную сумму за каждый день просрочки. Кроме того, в договоре можно также предусмотреть обязанность покупателя уплатить неустойку за невозврат или несвоевременный возврат тары, если ее возврат обязателен по условиям договора.

В договоре могут быть установлены и другие правила, определяющие ответственность сторон, а также оговорены случаи, в которых стороны освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение договора (например, в случае непреодолимой силы, то есть чрезвычайных обстоятельств, непредотвратимых при данных условиях).

Срок действия договора. В договоре необходимо указать моменты начала и окончания его действия. При этом договором может быть предусмотрено, что окончание срока его действия влечет прекращение обязательств сторон. Однако следует иметь в виду, что окончание срока действия договора не освобождает стороны от ответственности за его нарушение.

Изменение и расторжение договора. Стороны могут предусмотреть в договоре случаи и порядок его изменения и расторжения. При этом односторонний отказ от исполнения договора поставки или одностороннее его изменение допускаются лишь при существенном нарушении договора другой стороной. Гражданским кодексом определено, какое именно нарушение может быть отнесено к существенным для каждой из сторон договора поставки.

Для поставщика такими нарушениями являются:

- поставка товаров ненадлежащего качества с недостатками, которые не могут быть устранены в приемлемый для покупателя срок;
- неоднократное нарушение сроков поставки товаров.

Покупатель существенно нарушит договор в случаях:

- неоднократного нарушения сроков оплаты товаров;
- неоднократной невыборки товаров.

Договор поставки считается измененным или расторгнутым с момента получения одной стороной уведомления другой стороны об одностороннем отказе от исполнения договора полностью или частично. Однако в уведомлении или соглашением сторон может быть определен иной срок.

Гражданский кодекс содержит специальные правила об исчислении убытков, возникающих при расторжении договора поставки.

При расторжении договора вследствие нарушения обязательства поставщиком такие убытки могут возникнуть у покупателя, если в разумный срок после расторжения договора он купит у другого лица товар взамен предусмотренного договором и заплатит при этом более высокую цену. В этом случае покупатель вправе требовать возмещения ему поставщиком убытков в размере разницы между установленной в договоре ценой и ценой по совершенной сделке (законом специально оговаривается, что такая цена должна быть разумной).

Аналогичное право требовать возмещения убытков закон предоставляет и поставщику, если он продал товар другому лицу по более низкой, чем предусмотренная договором, но разумной цене, а также в разумный срок после расторжения договора вследствие нарушения обязательства покупателем. По такому требованию покупатель должен уплатить разницу между ценой, установленной в договоре, и ценой по совершенной поставщиком сделке.

Сторона, вынужденная расторгнуть договор поставки из-за нарушения обязательства другой стороной, может предъявить требование о возмещении убытков и тогда, когда сделка взамен расторгнутого договора не совершена. В этом случае убытки определяются в виде разницы между ценой, установленной в договоре, и текущей ценой на момент расторжения договора. Текущей ценой признается цена, обычно взимаемая при сравнимых обстоятельствах за аналогичный товар в месте, где должна была произойти передача товаров.

Разрешение споров. Стороны могут предусмотреть в договоре следующие способы разрешения возникающих споров:

– добровольное урегулирование разногласий (претензионный порядок разрешения споров до суда);

– в установленном действующим законодательством Российской Федерации порядке, то есть судом, как правило, по месту нахождения ответчика.

Заключительные положения. Помимо дополнительных условий (например, о конфиденциальности, об обязанности сторон извещать друг друга при изменении адреса и т. п.) в данном разделе, как правило, определяется порядок применения правовых актов по вопросам, не урегулированным договором.

Реквизиты сторон. В этом разделе указываются следующие данные:

– юридические адреса (если сторонами договора являются юридические лица), должности, фамилии, имена, отчества лиц, подписывающих данный договор;

– паспортные данные (если стороной договора является гражданин-предприниматель);

– банковские реквизиты;

– отгрузочные реквизиты;

– подписи сторон;

– печати сторон (для юридических лиц).

При наличии прилагаемого к договору протокола разногласий в договоре обязательно делается отметка «С протоколом разногласий».

После подписания договор становится обязательным для сторон. Поэтому торговые предприятия и организации должны осуществлять постоянный и действенный контроль над исполнением условий договора.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы цель и задачи закупочной деятельности?
2. Охарактеризуйте основные элементы коммерческой деятельности.
3. С какой целью необходимо изучение товарного рынка?
4. На каком этапе коммерческой работы следует определить емкость рынка?
5. Дайте характеристику этапам коммерческой работы по оптовым закупкам товаров.
6. Охарактеризуйте формы и методы поиска поставщиков.
7. Каковы критерии выбора оптимального поставщика?
8. Дайте характеристику основным направлениям совершенствования управления товарными запасами.
9. Как происходит процесс формирования ассортимента оптового предприятия?
10. Охарактеризуйте основные рекламные средства продвижения товаров.
11. Дайте характеристику основным этапам коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров.
12. Что такое существенные условия договора поставки и где они прописаны?
13. В каких случаях составляется протокол разногласий?

Тесты к разделу

1. Коммерческая деятельность – это...
 - а) деятельность, обеспечивающая процесс товародвижения при осуществлении купли-продажи товаров;
 - б) деятельность, направленная на получение прибыли при осуществлении купли-продажи товаров;
 - в) деятельность, направленная на выполнение логистических операций при осуществлении купли-продажи товаров;

г) деятельность, направленная на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

2. Деятельность по купле-продаже товаров и оказанию услуг потребителям, направленная на обеспечение конкурентоспособности и получение прибыли путем удовлетворения потребностей оптовых покупателей, — это...

- а) коммерческая деятельность оптового предприятия;
- б) торговая деятельность оптового предприятия;
- в) логистическая деятельность оптового предприятия;
- г) маркетинговая деятельность оптового предприятия.

3. По роли в процессе товародвижения коммерческие операции группируют на...

а) операции, развивающие процесс товародвижения; операции, устанавливающие процесс товародвижения;

б) операции, формирующие процесс товародвижения; операции по рекламированию деятельности в процессе товародвижения;

в) операции, предшествующие процессу товародвижения; операции, регулирующие процесс товародвижения; операции, обобщающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос;

г) операции, обеспечивающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос; операции, завершающие процесс товародвижения.

4. Требования, предъявляемые к коммерческой информации:

а) достоверность, правдивость, объемность, логичность, своевременность;

б) достоверность, надежность, оперативность, системность, комплексность;

в) надежность, оперативность, специализация, обобщенность, логичность;

г) достоверность, надежность, конкретность, своевременность, правдивость.

5. Объем и структура спроса населения НЕ зависят от ...

а) социально-экономических факторов;

б) экологических факторов;

в) демографических факторов;

г) национальных факторов.

6. Часть товарного обеспечения, представляющая собой совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю, – это...

а) товарные запасы;

б) торговые запасы;

в) материальные запасы;

г) сбытовые запасы.

7. По объемам и потребности запасы подразделяются на:

а) нормативные;

б) текущие;

в) сверхнормативные;

г) излишние.

8. Причины возникновения излишних запасов:

а) резкое увеличение спроса между поставками;

б) ошибки персонала при определении размера закупаемой партии товара;

в) нарушение договорных обязательств поставщиком;

г) непредвиденное снижение спроса;

д) задержка в отгрузке поставщиком.

9. Товарные запасы НЕ включают...

- а) запасы текущего хранения;
- б) запасы ответственного хранения;
- в) запасы сезонного хранения;
- г) запасы досрочного завоза.

10. Конечной стадией движения товарных запасов является...

- а) оптимизация;
- б) максимизация;
- в) потребление;
- г) изменение.

11. Управление товарными запасами предполагает их...

- а) оперативный учет и контроль, регулирование, оптимизацию;
- б) нормирование, оперативный учет и контроль, регулирование;
- в) регулирование, изучение, формирование;
- г) нормирование, контроль, регулирование.

12. Основными группировочными признаками товаров являются....

- а) производственный, сырьевой и торговый;
- б) производственный, сырьевой и сбытовой;
- в) производственный, сырьевой и потребительский;
- г) производственный, сбытовой и торговый.

13. Процесс подбора и установления номенклатуры товаров, соответствующей спросу покупателей и обеспечивающей высокую прибыльность торгового предприятия, – это ...

- а) управление ассортиментом;
- б) формирование ассортимента;
- в) организация ассортимента;
- г) максимизация ассортимента.

14. Деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достигнуть целей, определенных руководством организации, – это...

- а) управление ассортиментом;
- б) формирование ассортимента;
- в) сохранение ассортимента;
- г) гармонизация ассортимента.

15. Факторы, формирующие ассортимент:

- а) общие и специфичные;
- б) общие и частные;
- в) внутренние и внешние;
- г) формирующие и сохраняющие.

16. Число товарных групп, подгрупп и наименований товаров, включенных в номенклатуру, – это...

- а) широта ассортимента;
- б) полнота ассортимента;
- в) глубина ассортимента;
- г) устойчивость ассортимента.

17. Бесперебойное и ритмичное товароснабжение розничных торговых предприятий позволяет обеспечить...

- а) широта ассортимента;
- б) полнота ассортимента;
- в) глубина ассортимента;
- г) устойчивость ассортимента.

18. Инструментом, с помощью которого осуществляется регулирование ассортимента товаров на складах оптовых предприятий, является...

- а) каталог товаров;
- б) прайс-лист товаров;
- в) ассортиментный перечень;
- г) коммерческое предложение.

19. Систематизированные перечни товаров с указанием цены, назначения и условий продажи – это...

- а) каталог товаров;
- б) прайс-лист товаров;
- в) буклет товаров;
- г) проспект товаров.

20. Рекламный слоган – это...

а) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения;

б) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения;

в) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.

21. Рекламный процесс представляет собой...

а) процесс создания рекламной продукции;

б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;

в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю.

22. На этапе формирования коммерческих связей выполняются следующие элементы коммерческой деятельности:

- а) поставка товаров, устранение разногласий по договорам;
- б) оформление коммерческих связей, проведение претензионной работы;
- в) учет и контроль выполнения договоров, заключение договоров;
- г) изучение рынка товаров, определение источников закупки, определение оптимальных каналов сбыта, оценка собственной конкурентоспособности, выбор формы коммерческих связей.

23. Существенными условиями договора поставки являются:

- а) предмет договора; объем, сроки и периоды поставки; ассортимент и качество товаров; цена;
- б) предмет договора; почтовые реквизиты сторон; способ доставки товаров; вид транспорта;
- в) предмет договора, организационно-правовая форма сторон; виды деятельности сторон; права и обязанности сторон;
- г) сведения об учредительных документах сторон; виды деятельности сторон; способ доставки товаров; имущественная ответственность сторон; юридические адреса сторон.

24. Правило об урегулировании разногласий при заключении договора поставки содержится в...

- а) Правилах организации хозяйственных связей;
- б) Административном кодексе;
- в) Гражданском кодексе;
- г) Общественном кодексе.

25. Норма, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное, – это...

- а) императивная норма;

- б) диспозитивная норма;
- в) формальная норма;
- г) необходимая норма.

26. Безусловному исполнению сторонами даже в том случае, если они не включены в договор, подлежат условия, предусмотренные...

- а) императивными нормами;
- б) диспозитивными нормами;
- в) формальными нормами;
- г) необходимыми нормами.

27. Формы оптовой продажи товаров:

- а) транзитная и складская;
- б) прямая и посредническая;
- в) одноканальная и многоканальная;
- г) прямая и посредническая.

28. Договорная дисциплина включает два требования:

- а) реальное исполнение и надлежащее исполнение;
- б) реальное исполнение и формальное исполнение;
- в) необходимое исполнение и надлежащее исполнение;
- г) формальное исполнение и надлежащее исполнение.

29. Спецификация к договору поставки товаров составляется...

- а) во всех случаях;
- б) для установления качества поставляемых товаров;
- в) при поставках товаров сложного ассортимента;
- г) при поставках товаров простого ассортимента.

Раздел 2. Организация технологических процессов оптового торгового предприятия

Технологический процесс оптового торгового предприятия и принципы его организации

Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров

Технология размещения, укладки и хранения товаров

Организация и технология отпуска товаров со склада

Организация управления торгово-технологическим процессом на складе

2.1. Технологический процесс оптового торгового предприятия и принципы его организации

Специфическая особенность организации деятельности оптового торгового предприятия состоит в том, что здесь не только осуществляется процесс движения товаров из сферы производства в сферу потребления, но и происходит смена форм стоимости. Поэтому в оптовой торговле необходима грамотная организация как торгового, так и технологического складского процесса.

По мнению многих специалистов в сфере логистики, склад – это элемент товаропроводящей цепи, предназначением которого является прием, размещение, хранение, комплектация и выдача продукции, а также наличие необходимой для выполнения этих функций материально-технической базы (зданий, сооружений, специальных устройства и т. д.) [6].

Складской технологический процесс оптового торгового предприятия включает в себя совокупность последовательно взаимосвязанных способов, приемов и трудовых операций, направленных на сохранение потребительских свойств товаров и ускорение доведения товаров до торговой сети.

Виды технологических операций и их содержание зависят в первую очередь от характера выполняемых складом оптового предприятия функций и

ассортимента товаров, которые там хранятся. Кроме того, на построение складского технологического процесса оптового предприятия оказывают влияние:

- транспортные условия (наличие подъездных путей);
- величина суточного грузооборота (объем товарной массы в натуральном исчислении, проходящий через склад за определенный период времени);
- уровень механизации погрузочно-разгрузочных и других трудоемких работ;
- устройство и планировка склада;
- условия хранения товаров.

Содержание и объем складского технологического процесса зависят от вида склада, физико-химических свойств товаров, хранящихся на нем, объема грузооборота и других факторов.

Схема технологического процесса на складах оптовых торговых предприятий включает ряд последовательных операций (рис. 3).

Товары на склады поступают различными видами транспорта. При наличии железнодорожных подъездных путей товары могут поступать в вагонах или контейнерах. Значительная их часть завозится на склады автотранспортными средствами.

Выполнение операций, связанных с поступлением товаров, предусматривает разгрузку транспортных средств, доставку товаров в зону приемки, распаковку и приемку их по количеству и качеству. Принятые товары доставляют в зону хранения, где их размещают на стеллажах или укладывают в штабеля.

В зависимости от физико-химических свойств товаров для них создают определенные условия хранения.

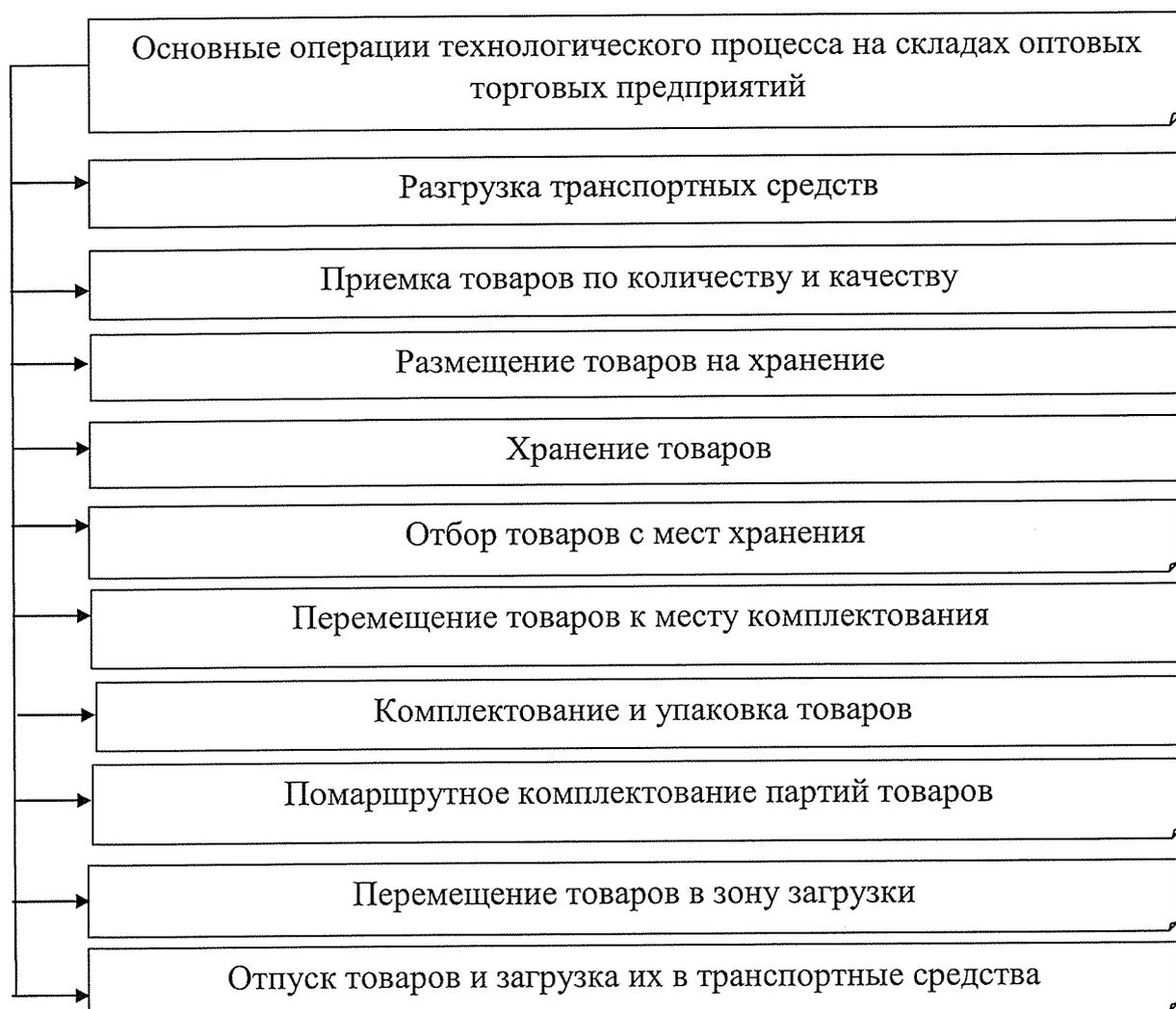


Рис. 3. Основные операции технологического процесса на складах оптовых торговых предприятий

Далее следуют операции, связанные с отпуском товаров покупателям:

- отборка товаров; перемещение их к участку комплектования заказов;
- комплектование заказов;
- подготовка товаров к отпуску (переупаковка, укладка на поддоны, в контейнеры);
- экспедиционные операции по отправке товаров покупателям (формирование маршрутов, погрузка транспортных средств, централизованная доставка товаров);
- сдача товаров получателям.

В основу рациональной организации складского технологического процесса положены следующие важнейшие принципы:

- планомерность;
- последовательность и ритмичность технологического процесса;
- механизация и автоматизация складских операций;
- рациональная организация товарного потока;
- эффективное использование средств труда;
- полная сохранность свойств товаров.

Складской технологический процесс должен быть четко спланирован. Для этих целей разрабатываются календарные планы и графики поступления и отпуска товаров, которые позволяют заблаговременно подготовиться к выполнению операций по разгрузке, приемке, хранению и отпуску товаров, более производительнее использовать складские площади, транспортные средства и рабочую силу. Планомерность работы склада во многом зависит от того, насколько равномерно товары поступают на склад и отправляются покупателям.

Последовательность и ритмичность технологического процесса означает, что выполнение всех взаимосвязанных операций должно быть согласовано по времени. Ритмичность технологического процесса предполагает повторяемость всего цикла и отдельных операций в равные отрезки времени. При этом за счет равномерного распределения рабочего времени и обязанностей между исполнителями отдельных операций создаются благоприятные условия труда работников, что обеспечивает надлежащий режим труда и отдыха работников, а также позволяет полнее использовать транспортные средства и складские помещения.

Рациональная организация товарного потока предусматривает внутрискладские перемещения товаров максимально короткими, непересекающимися, противоположно направленными путями, что обеспечивает сокращение длительности выполнения отдельных операций и требует меньших затрат на перемещение грузов [5].

Важную роль в рациональной организации и осуществлении технологического процесса играют механизация и автоматизация складских операций. Эффективное использование средств механизации предполагает применение современной подъемно-транспортной техники, которая обеспечивает не только повышение производительности труда работников склада, но и способствует росту производительности труда складских работников, повышению эффективности использования площади и емкости складов, ускорению погрузочно-разгрузочных операций, сокращению простоев транспортных средств.

Обеспечение полной сохранности свойств товаров достигается созданием оптимальных условий и надлежащего режима хранения товаров, применением рациональной системы размещения и укладки товаров с учетом сроков их поступления на склад и товарного соседства, организацией постоянного контроля в процессе хранения.

2.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров

Операции по поступлению товаров составляют начальную стадию складского технологического процесса. Количество операций и последовательность их выполнения зависят от размеров партий товаров и видов транспортных средств, которыми они доставляются на склад.

В организации приемки большое значение имеет предварительное установление времени прибытия и количества, поступающих на склад товаров, что позволяет заблаговременно спланировать необходимые мероприятия по приемке товаров.

К подготовительным мероприятиям по приемке товаров на складе относится:

— установление места разгрузки транспортных средств, максимально приближенного к помещению для хранения;

- определение необходимого количества работников для разгрузки и распределение работ между ними;
- определение необходимого количества и видов подъемно-транспортного оборудования и подготовка его к прибытию товаров;
- заблаговременное определение мест хранения;
- подготовка документации, связанной с оформлением приемки-сдачи товаров.

Прежде чем приступить к непосредственной приемке товара, необходимо его разгрузить. При разгрузке осуществляется передвижение товаров с транспортного средства на товарную платформу.

Содержание операций по разгрузке товаров зависит от того, каким транспортом они были доставлены. Если товары поступили в железнодорожных вагонах, то выполняются следующие основные операции:

- проверка целостности пломб и вскрытие вагона;
- осмотр состояния поступившего груза (состояние укладки, тары и т. д.);
- разгрузка вагонов с укладкой товаров на поддоны или тележки;
- первичная приемка товаров по количеству (проверка соответствия числа тарных мест сопроводительным документам);
- доставка сформированных партий товаров на участок приемки, экспедиционный склад или в зону хранения.

При поступлении товаров в железнодорожных контейнерах операции выполняются по следующей схеме:

- проверка целостности пломб и состояния контейнера (отсутствие повреждений и поломок);
- перемещение контейнера на разгрузочную рампу;
- перемещение контейнера в зону приемки товаров.

По следующей схеме будут выполняться операции, если товары доставлены на склад автомобильным транспортом:

- проверка целостности упаковки, первичная приемка товаров по количеству;

- укладка товаров на поддоны или тележки;
- перемещение сформированных транспортных единиц в зону приемки или хранения.

Штучные, тарно-упаковочные и навалыные грузы транспортируются в вагонах. Длинномерные и крупногабаритные грузы (лесоматериалы и др.) доставляются в полувагонах и на платформах. Для транспортировки жидких грузов (масло растительное, керосин и др.) используют цистерны. Универсальные контейнеры могут доставляться на склады на железнодорожных платформах или автомобилях.

Если склад имеет подъездные железнодорожные пути, то вагоны, полувагоны, платформы и цистерны адресуются на близлежащую железнодорожную станцию, а затем подаются на ветку базы.

Контейнеры поступают или непосредственно на склад, или на контейнерную площадку железнодорожной станции, а затем доставляются на склад автомобильным транспортом.

При поступлении груза в неисправном вагоне или контейнере или с нарушенной пломбой необходимо произвести сплошную проверку количества и качества товаров и обязательно составить коммерческий акт, который является основанием для предъявления претензии транспортным органам или поставщику. Он должен быть составлен на специальных бланках до получения груза от органов транспорта. Если вагон имеет течь или обнаружено, что груз испорчен вследствие неисправности вагона, то дополнительно к коммерческому акту составляется технический акт.

Разгрузка товаров может потребовать применение физической силы, однако во всех случаях, когда возможно, следует использовать оборудование для перемещения грузов.

Для выгрузки товаров применяют различные типы подъемно-транспортного оборудования: конвейеры; электропогрузчики; транспортеры; средства малой механизации.

При этом непакетированные штучные грузы предварительно формируют в пакеты, используя поддоны, которые после их загрузки перемещают в зону приемки товаров.

Товары в разной таре (мешках, кипах, ящиках) по транспортеру перемещают из машины и укладывают на освобожденном от разгрузки пространстве.

Для выгрузки и перемещения автомобильных контейнеров используют электротележки с подъемной платформой или вилами. Все более широкое применение находит и доставка контейнеров в автомобилях, оборудованных подъемным устройством заднего борта, что упрощает процесс разгрузки при поступлении товаров в контейнерах.

Железнодорожные контейнеры снимают с транспортных средств при помощи мостовых кранов или автопогрузчиков. Причем процесс разгрузки товаров должен быть организован таким образом, чтобы исключались встречные перевозки, поэтому разгрузку поступивших товаров и их погрузку при отпуске желательно производить на рампах, расположенных с разных сторон склада.

Разгрузка транспортных средств должна осуществляться при строгом соблюдении установленных правил выполнения погрузочно-разгрузочных работ. При этом следует обращать внимание на специальную маркировку грузов.

Доставленные в зону приемки товары принимаются по количеству и качеству. Приемка товаров по количеству и качеству является одной из важных составных частей складского технологического процесса. Она предусматривает проверку выполнения поставщиками договорных обязательств по количеству, ассортименту, качеству и комплектности товаров.

Приемка товаров производится материально ответственными работниками склада и включает следующие операции:

- проверку количества и качества поступивших товаров;
- оформление приемки соответствующими документами;
- принятие товаров на учет.

Порядок проведения приемки товаров определяется сторонами договора поставки. По их соглашению она может осуществляться в соответствии с правилами, установленными инструкциями «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству». Эти инструкции применяются во всех случаях, когда стандартами, техническими условиями или другими обязательными для сторон правилами не установлен другой порядок приемки. Груз, поступивший на склад каким-либо видом транспорта, первоначально принимают, руководствуясь действующими на транспорте правилами, установленными соответствующими уставами, кодексами (например, уставом железных дорог, воздушным кодексом).

Приемка товаров по количеству состоит в сверке фактически поступивших товаров с показателями транспортных и сопроводительных документов – счетов-фактур, товарно-транспортных накладных, кипных карт, упаковочных листов. Если товары поступили без сопроводительных документов, то их отсутствие не приостанавливает приемку. В этом случае составляется акт о фактическом наличии товаров и в нем указывается, какие документы отсутствуют.

Порядок и сроки приемки товаров по количеству зависят от характера тары или упаковки, в которой поступил товар, его физико-химических свойств, способа доставки и других условий.

Место проведения приемки товаров зависит от способа их доставки. Приемка может производиться: на складе получателя; на складе поставщика; в месте вскрытия опломбированных или в месте разгрузки неопломбированных транспортных средств и контейнеров или на складе органа транспорта.

На складе получателя приемку товаров производят, если они доставлены поставщиком. В этом случае кроме проверки массы брутто и количества мест получатель может потребовать от поставщика вскрытия тары и проверки массы нетто и количества товарных единиц в каждом месте. Если же товары поступили

в поврежденной таре, то получатель обязан провести такую приемку (по массе нетто и количеству товарных единиц) в момент доставки их на склад.

На складе поставщика приемка производится в том случае, если товары вывозятся с этого склада получателем. При этом товары, находящиеся в исправной таре, принимают по массе брутто и количеству тарных мест, а окончательную их приемку производят на складе получателя. Товары, поставляемые без тары, в открытой или поврежденной таре, окончательно принимаются на складе поставщика.

Если товары доставляются и выдаются органом железнодорожного, водного, воздушного или автомобильного транспорта, то приемка осуществляется с их участием в месте вскрытия опломбированных или в месте разгрузки неопломбированных транспортных средств и контейнеров или на складе соответствующего органа транспорта.

Следует иметь в виду, что приемка товаров, поступивших в исправной таре, по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте производится, как правило, на складе конечного получателя.

Приемка товаров по количеству производится в установленные сроки.

Окончательная приемка товаров по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте производится одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, а по скоропортящимся товарам не позднее 24 часов с момента получения товаров (при доставке их поставщиком или вывозе получателем со склада поставщика) или с момента выдачи груза органом транспорта (во всех остальных случаях). Своевременно произведенной приемка считается в том случае, когда проверка количества товаров окончена в условленные сроки.

Руководство склада обязано создать такие условия для правильной и своевременной приемки товаров, при которых обеспечивалась бы их сохранность и предотвращалась возможность образования недостатков и хищений. Лица, осуществляющие приемку, должны хорошо знать правила приемки товаров, установленные соответствующими нормативными документами и договором поставки. С целью предупреждения нарушений правил приемки

товаров руководству необходимо систематически контролировать работу лиц, производящих ее.

Работникам склада следует обеспечить точное определение количества поступивших товаров, то есть их массу, количества мест (ящичков, мешков, связок, кип, пачек и т. п.). Оно определяется в тех же единицах измерения, которые указаны в сопроводительных документах. Причем если в документах отправитель указал массу товаров и количество мест, то получатель при приемке должен проверить и то, и другое.

В случае обнаружения недостачи дальнейшая приемка приостанавливается, обеспечивается сохранность товаров и принимаются меры по предотвращению их смешения с другими однородными товарами. О выявленной недостаче товаров составляется акт за подписями лиц, производивших приемку.

Если при приемке товаров будет выявлено несоответствие массы брутто отдельных мест массе, указанной в транспортных или сопроводительных документах либо на трафарете, то вскрытие тары и упаковки в таких случаях производиться не должно.

Одновременно с приостановлением приемки получатель обязан вызвать для участия в ее продолжении и составлении двустороннего акта представителя отправителя или изготовителя (если товары поступили в ненарушенной таре изготовителя, не являющегося отправителем). При этом вызов представителя однородного отправителя (изготовителя) является обязательным, а иногородного, – если это предусмотрено в договоре.

Уведомление о вызове представителя должно быть направлено или передано (по телефону, телеграфу и т.п.) не позднее 24 ч, а в отношении скоропортящейся продукции – немедленно после обнаружения недостачи, если иные сроки не установлены договором.

Не позднее чем на следующий день после получения вызова получателя иногородний отправитель (изготовитель) обязан сообщить ему (по телефону,

телеграфу и т. п.), будет ли им направлен представитель для участия в проверке количества товаров.

Представитель одногороднего отправителя (изготовителя) обязан явиться не позднее чем на следующий день после получения вызова, если в нем не указан иной срок явки, а по скоропортящимся товарам – в течение 4 ч после получения вызова.

Представитель иногороднего отправителя (изготовителя) обязан явиться не позднее чем в трехдневный срок после получения вызова, не считая времени, необходимого для проезда, если иной срок не предусмотрен в договоре.

Представитель отправителя (изготовителя) может принимать участие в приемке только при наличии у него удостоверения, дающего на это право.

Отправитель (изготовитель) может уполномочить на участие в приемке товаров предприятие, находящееся в месте их получения.

В этом случае удостоверение представителю выдается предприятием, выделившим его. В удостоверении должна быть ссылка на документ, которым отправитель уполномочил данное предприятие участвовать в приемке товаров.

С согласия отправителя (изготовителя) предприятие-получатель может произвести одностороннюю приемку товаров.

Если при приемке с участием представителя отправителя (изготовителя) будет выявлена недостача товаров против данных, указанных в транспортных или сопроводительных документах, то результаты приемки товаров оформляются актом. Он составляется в тот же день, когда недостача выявлена. В случае когда работа по приемке прерывалась, в акте делается соответствующая запись с указанием вызвавших это причин и условий хранения товаров во время перерыва.

Если при приемке одновременно будут выявлены не только недостача, но и излишки товаров, то в акте указываются точные данные об этих излишках.

Акт должен быть подписан всеми лицами, участвовавшими в приемке. При этом они вправе удостоверить своей подписью только те факты, которые были установлены с их помощью. Лицо, не согласное с содержанием акта, обязано его

подписать с оговоркой о несогласии и изложить свое мнение. За подписание акта, содержащего не соответствующие действительности данные, лица, принимавшие участие в приемке товаров, несут установленную законом ответственность. Запись о предупреждении об этом участвующих в приемке лиц должна быть сделана перед их подписями. Не позднее чем на следующий день после составления акта он утверждается руководителем или заместителем руководителя предприятия-получателя.

После проверки по количеству товары помещаются в помещение для распаковки и проверки их по качеству.

Операцию распаковки осуществляют для проверки качества полученного товара. Иногда в таре находятся по-разному упакованные товары, в этом случае также требуется распаковка.

Качественная проверка товаров способствует лучшей организации хранения, учета и последующего отпуска товара со склада.

Распаковка позволяет организовать упорядоченное складирование товаров на складе и сокращает время выполнения заказов потребителей.

Приемка товаров по качеству проводится для выявления соответствия качества поступивших на склад товаров требованиям стандартов, технических условий, условиям договора, а для некоторых товаров – образцам-эталонам и т.д. Одновременно с приемкой товаров по качеству производится проверка их комплектности, а также тары, упаковки и маркировки.

Товары, поступившие в исправной таре, принимаются по качеству и комплектности, как правило, на складе конечного получателя. Поэтому на складе оптового предприятия такие товары могут не приниматься по качеству, если они переотправляются покупателям в таре или упаковке изготовителя или первоначального отправителя. Однако проведение приемки является обязательным, если это предусмотрено договором, а также при получении товаров в поврежденной, открытой или немаркированной таре, в таре с поврежденной пломбой или при наличии признаков торчи (течь, бой и т. д.).

Приемка товаров по качеству и комплектности может производиться и на складе поставщика, но лишь в случаях, предусмотренных в договоре.

Сроки приемки товаров по качеству могут быть предусмотрены договором поставки либо установлены стандартами или техническими условиями для отдельных видов товаров. Во всех остальных случаях приемка товаров по качеству и комплектности проводится в следующие сроки:

– при иногородней поставке – не позднее 20 дней, а скоропортящихся товаров – не позднее 24 часов после выдачи товаров органом транспорта или поступления их на склад получателя при доставке поставщиком или при вывозе получателем;

– при одногородней поставке – не позднее 10 дней, а скоропортящихся товаров – 24 часов после поступления их на склад получателя.

Приемка считается произведенной своевременно, если проверка качества и комплектности товаров окончена в установленные сроки.

На складе необходимо создать такие условия для правильной и своевременной приемки товаров по качеству, при которых обеспечивалась бы сохранность товаров и предотвращалась их порча. Следует своевременно проверять средства испытания и измерения, которыми определяется качество товаров, и следить за их исправностью.

Проведение приемки товаров возлагается на компетентных лиц в точном соответствии со стандартами, техническими условиями, другими обязательными для сторон правилами, а также по сопроводительным документам, удостоверяющим качество и комплектность поставленных товаров (технический паспорт, сертификат, счет-фактура, спецификация и т. п.).

Как правило, при приемке товаров производится сплошная проверка их качества и комплектности. Выборочная проверка с распространением результатов проверки качества какой-либо части товаров на всю партию допускается в случаях, предусмотренных стандартами, техническими условиями или договором.

В целом же процедура проверки товаров по качеству аналогична описанной выше приемки по количеству.

Составленные по результатам приемки товаров акты являются документами, подтверждающими невыполнение поставщиком (отправителем, изготовителем) условий договора. Поэтому они служат основанием для предъявления ему претензий.

Претензия – требование покупателя к поставщику (изготовителю) о возмещении убытков, устранении недостатков поставленных товаров и тому подобное. Претензия должна быть подписана руководителем предприятия или его заместителем. Она отправляется заказным письмом или почтовым отправлением с уведомлением о вручении. Сроки направления претензии получателем товаров, а также порядок и сроки рассмотрения и ответа на нее поставщиком устанавливаются договором.

2.3. Технология размещения, укладки и хранения товаров

Товары, принятые по количеству и качеству укладывают в тару, пакетируют и перемещают в зону хранения.

Для перемещения товаров на хранение требуется:

- решить вопрос о том, какое количество товара разместить в активной складской зоне и какое – в резервной;
- определить необходимые для размещения товара размеры активного и резервного складского пространства;
- распределить товары по маркировке;
- определить место хранения товара;
- переместить товар к отведенному на складе месту.

В зоне хранения товары в зависимости от размера и вида упаковки укладывают на стеллажи или в штабеля.

Правильная технология хранения товаров на складе предусматривает:

1. Рациональное их размещение и укладку.
2. Создание и поддержание оптимальных условий хранения.

Для сохранения количественных и качественных характеристик товаров на складе должны быть созданы соответствующие условия хранения. При этом важное значение имеют:

- разработка рациональной схемы размещения товаров;
- выбор оптимальных способов укладки;
- создание необходимых режимов хранения товаров;
- организация повседневного наблюдения и ухода за ними.

Для организации регулярного оперативного контроля и осуществления ухода за товарами важное значение имеет разработка и соблюдение рациональной схемы размещения товаров. Данная схема должна предусматривать закрепление за товарами определенных групп, подгрупп и наименований постоянных мест хранения.

Метод размещения товаров на складе выбирают в зависимости от задач, назначения грузов, выбранного способа хранения, необходимости максимального использования объема склада при рациональном расположении секций, предохранения товаров от повреждения, доступности любой ячейки склада для механизмов на крупных складах, быстрого нахождения необходимых товаров [12]. На рис. 4 представлена типовая планировка склада.

При разработке схем размещения товаров следует учитывать:

- объем и порядок поступления товаров на склад;
- условия реализации товаров;
- принцип товарного соседства и возможность повседневного наблюдения за сохранностью товаров.

Товарное соседство – это принцип наилучшего распределения товаров, их совместимости друг с другом с целью сохранения качества и безопасности для потребителя.

Например, товары с сильным запахом нельзя хранить рядом с товарами, воспринимающими посторонние запахи, а гигроскопичные (легко поглощающие влагу) – с товарами, имеющими большой процент влаги.

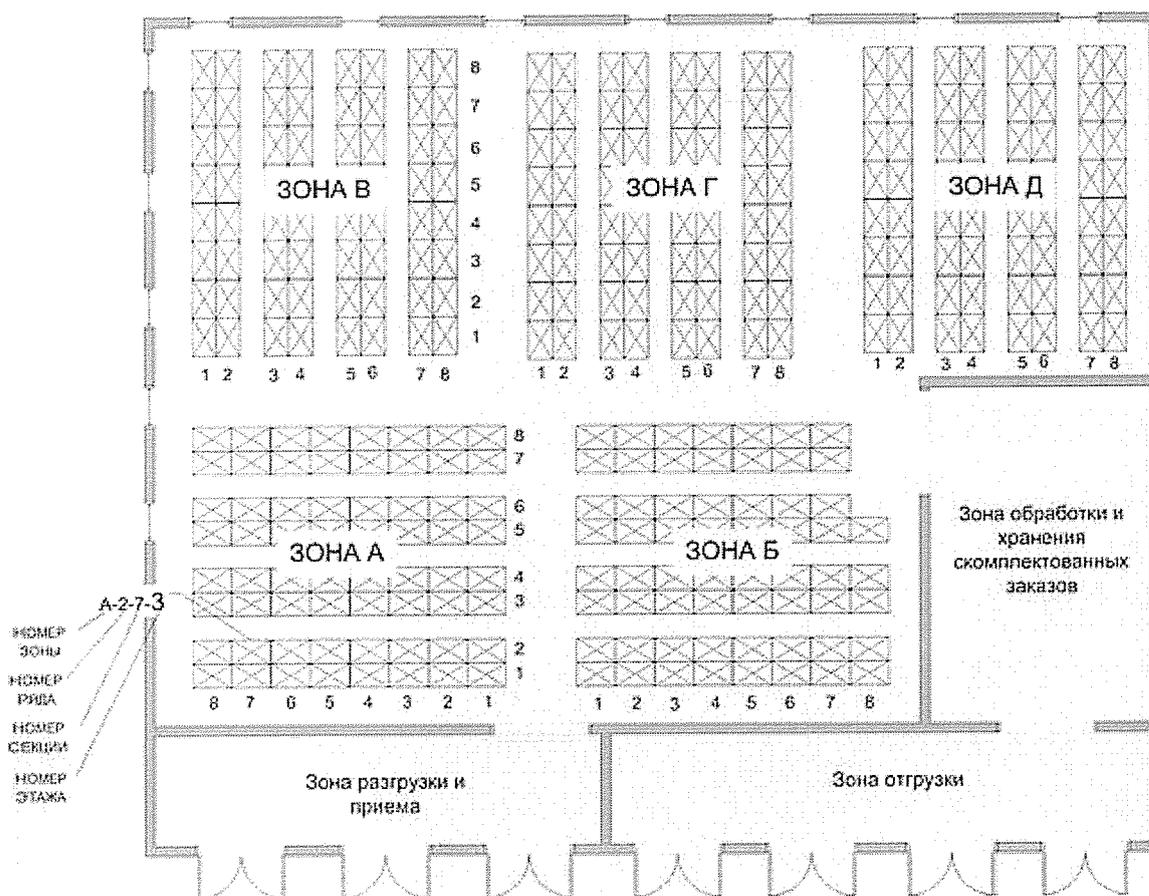


Рис. 4. Типовая планировка склада

Передвижение и укладку товаров в пределах выбранной зоны осуществляют работники отдела приема склада. При выборе места хранения товара учитывается количество и частота поступления товаров. Решения о размещении определенного количества товара в активной или резервной зоне принимаются отдельно по каждому товарному наименованию.

Товары длительного хранения размещают дальше от входов и выходов, товары с высокой оборачиваемостью, крупногабаритные, с большим объемом поступления и отпуска размещают ближе к выходу и зоне комплектования заказов.

В практике складов принято бункеры активной зоны хранения пополнять запасами из резервных зон, а резервные зоны наполнять новыми товарами по

мере их поступления. При таком порядке осуществляется расходование запасов в порядке их прихода на склад.

Для ускорения работ по размещению товаров на местах хранения при их поступлении на склад и облегчения их поиска при последующей отборке каждому месту хранения присваивается собственный код. Цифровое или буквенно-цифровое обозначение наносится краской на ячейки стеллажей. Кроме того, на каждом стеллаже крепится табличка с его номером и символом хранящихся товаров. Схемы размещения стеллажей с указанием кодов вывешиваются в зоне хранения на видном месте.

Для каждого наименования товара устанавливается определенная зона хранения. Товар перемещается в выделенную зону и укладывается.

Размещение и укладка товаров зависят от принятого на складе способа хранения. Например, картофель и овощи хранятся навалом в специальных закромах. Этим же способом можно хранить незатаренную соль. Наливные товары (олифа, бензин, растительное масло и др.) хранят в баках, бочках, цистернах. Для хранения многих продовольственных и некоторых непродовольственных товаров применяются контейнеры. В них товары могут доставляться непосредственно в магазины. Использование специальных контейнеров-вешал позволяет сохранить товарный вид перевозимой в них одежды.

Чаще всего на общетоварных складах применяют два способа хранения товаров – стеллажный и штабельный, выбор которых зависит от формы товара и тары, массы каждого тарного места, физических свойств товаров и других факторов. Предпочтение отдается такому способу укладки, при котором не допускается повреждение товара и тары, более рационально используются складские помещения и оборудование, создаются удобства для контроля за состоянием товарных запасов.

Штабельную укладку применяют при хранении различных продовольственных и непродовольственных товаров, затаренных в мешки, кипы, кули, ящики, бочки. При формировании штабеля необходимо следить за тем,

чтобы он был устойчивым, соответствовал определенным нормам по высоте и обеспечивал свободный доступ к товарам. Высота штабеля зависит от свойств товара и его упаковки, применяемых средств механизации, предельной нагрузки на 1 кв. м пола, высоты складских помещений.

Различают три способа штабельной укладки товаров: прямой, в перекрестную клетку, в обратную клетку (рис 5).

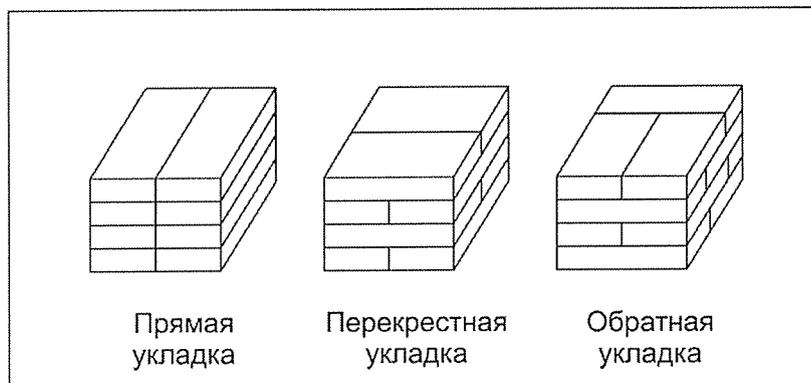


Рис. 5. Способы штабельной укладки товаров

При прямой укладке расположение каждого верхнего затаренного места совпадает с расположением каждого места в нижнем ряду.

Такой способ применяется при штабелировании товаров, затаренных в ящики. Для повышения устойчивости штабеля может применяться прямая пирамидальная укладка, при которой в каждом верхнем ряду число затаренных мест сокращается на единицу и каждое место, расположенное в верхнем ряду, опирается на два нижних, этот способ укладки удобен при штабелировании бочек.

В перекрестную клетку осуществляется укладка товаров, затаренных в ящики различных размеров. При этом ящики верхнего ряда укладываются поперек ящиков нижнего ряда.

Товары, затаренные в мешки, укладывают, как правило, в обратную укладку, т.е. каждый следующий ряд мешков размещают на предыдущий в обратном порядке.

При укладке товаров в штабеля необходимо следить за тем, чтобы в складском помещении обеспечивалась нормальная циркуляция воздуха и выполнялись санитарные требования. С этой целью штабеля должны размещаться не ближе чем 0,5 м от внешней стены и 1,5 м от отопительных приборов. Между штабелями должны быть проходы шириной около 1,5 м.

Товары, доставленные в места хранения не на поддонах, укладывают в штабеля на подтоварники, что обеспечивает нормальную циркуляцию воздуха. Более эффективным является штабельное хранение товаров, уложенных на различные виды поддонов, что позволяет не только рациональнее использовать складские помещения, но и широко применять для внутрискладской переработки грузов средства механизации погрузочно-разгрузочных работ.

Широкое распространение получил стеллажный способ укладки товаров на хранение. При этом способе распакованные товары, а также товары во внешней таре различными способами (рядами, десятками и т. д.) укладывают на стеллажи. Наиболее эффективно стеллажное хранение товаров, уложенных на поддоны. Оно обеспечивает широкое применение подъемно-транспортных механизмов, создает хорошие условия для повседневного оперативного учета товаров. Стеллажное хранение товаров позволяет более рационально использовать емкость склада, так как при помощи вилочных погрузчиков или кранов-штабелеров товары можно укладывать на полках, расположенных на максимальной высоте. Так, применение высокостеллажных электроштабелеров с вилочным захватом, которые способны выполнять работу по складированию на высоте 10–12 м и более, позволяет максимально использовать емкость складских помещений.

Укладка товаров на стеллажи осуществляется по вертикали, что позволяет рационализировать процесс их отборки. На нижних полках размещают товары,

отпускаемые небольшими партиями, отборка которых осуществляется вручную, на верхних – товары, отпускаемые партиями не менее одного поддона.

При укладке товаров на хранение необходимо придерживаться следующих основных требований:

- однородные товары должны быть уложены на стеллажи по обе стороны одного прохода;

- при укладке товаров вручную их следует размещать в ячейках стеллажей по вертикали, с тем чтобы они находились в одной или в нескольких рядом расположенных секциях;

- на верхних ярусах стеллажей должны размещаться товары длительного хранения, а также товары, отпускаемые со склада крупными партиями.

Независимо от способа хранения товаров они укладываются маркировкой наружу, что также упрощает процесс отборки товаров [12].

Как уже отмечалось, помимо рационального размещения товаров на складе необходимо создать оптимальные условия для их хранения. С этой целью следует постоянно следить за температурой и влажностью воздуха внутри помещений склада и поддерживать их на уровне, установленном стандартами и санитарными правилами для отдельных групп товаров. Причем, нельзя допускать их резких перепадов. Контроль за температурой воздуха осуществляют при помощи термометров или универсальных блочных систем дистанционного контроля, представляющих переносные приборы, при помощи которых в течение 3-4 мин можно определить температуру в 12 точках хранилища.

Для измерения влажности воздуха на складах применяется психрометрический метод, с помощью которого определяется относительная влажность воздуха. Она рассчитывается как процентное отношение абсолютной влажности к максимальной. При этом под абсолютной влажностью следует понимать количество граммов водяных паров, содержащихся в 1 м³ воздуха, а под максимальной — количество граммов водяных паров, которые могут насытить 1 м³ воздуха при данной температуре.

Регулирование температуры и относительной влажности воздуха проводится при помощи отопления и вентиляции. Для понижения относительной влажности можно также использовать влагопоглощающие вещества.

За товарами, хранящимися на складах, должны быть обеспечены постоянное наблюдение и уход. Необходимо регулярно проверять состояние товаров, обращая при этом внимание на появление признаков порчи, следов грызунов и насекомых. Товары, уложенные в штабеля, должны периодически перекладываться: верхние – вниз, нижние – вверх. Сыпучие товары следует перелопачивать. Изделия из шерсти, меха необходимо предохранять от повреждения молью, отсыревшие товары следует просушивать и проветривать.

Соблюдение оптимальных режимов хранения товаров, регулярный осмотр и аккуратное обращение с ними позволяют не только снизить потери товаров из-за их порчи, боя, лома, но и уменьшить естественную убыль в результате усушки, выветривания, утечки.

Для поддержания необходимых санитарно-гигиенических условий на складе должны регулярно проводиться уборки и мероприятия по уничтожению микробов (дезинфекция), насекомых (дезинсекция), грызунов (дератизация) и стойких запахов (дезодорация).

2.4. Организация и технология отпуска товаров со склада

Операции по отпуску товаров составляют заключительную часть складского технологического процесса и включают в себя:

- отборку товаров с мест хранения;
- комплектование и упаковку отобранных товаров;
- оформление документов и передачу подготовленных товаров в экспедицию;
- погрузку товаров и их отправку в розничную торговую сеть.

От правильности организации операций по отпуску товаров со склада зависит рациональное и своевременное снабжение розничной торговой сети товарами в необходимом количестве и ассортименте.

Перечисленным операциям предшествует работа по организации продажи товаров оптовым покупателям (магазинам и др.). При этом могут быть использованы различные методы оптовой продажи товаров: посредством передвижных складов и разъездных товароведов, мелкооптовая посылочная торговля и некоторые другие.

При реализации сложного ассортимента товаров или товаров, ранее неизвестных покупателям, целесообразно организовать их продажу с личной отборкой представителем розничного торгового предприятия. При этом методе продажи покупатели прибывают на склад по заранее согласованному графику и самостоятельно выбирают товары, выставленные в зале товарных образцов.

Зал товарных образцов представляет собой обособленное помещение склада, оснащенное специализированной торговой мебелью (стеллажами, горками, подиумами и др.), средствами рекламы и информации. Площадь зала разделена оборудованием на отдельные участки, на каждом из которых представлены образцы товаров одной или нескольких товарных групп. При этом каждой товарной группе отводится определенное место, что позволяет постоянным покупателям быстро находить нужные товары. Здесь же находятся рабочие места товароведов-коммерсантов.

Образцы выставленных на торговом оборудовании товаров снабжаются табличкой с указанием наименования, артикула, цены товара, а также других характеристик в зависимости от вида товара (размер, рост, цвет и т. п.). Желательно при этом, чтобы были выставлены все имеющиеся модели, фасоны, а если позволяет площадь зала, то и цвета каждого предлагаемого для продажи товара. Для выкладки новых товаров следует отводить определенное место и указывать на ценнике, что это – товар-новинка.

Многие товары в зале товарных образцов могут быть представлены с помощью списков, альбомов, каталогов, паспортов, инструкций. Например, все

продовольственные товары, за исключением новых и малоизвестных, а также крупногабаритные товары (мебель, ковры, музыкальные инструменты и т. п.) представляют в виде списков; ткани, обои и другие мерные товары – в альбомах; технически сложные товары – в каталогах, инструкциях.

Данные обо всех товарах, поступающих на склад фиксируются на различных носителях в зависимости от вида учета.

Специалисты выделяют четыре вида складского учета.

1. Ручной – используется на небольших складах.
2. Учет с помощью простых программ – позволяет вносить больше данных, чем можно вписать в тетрадь. По сути, этот способ тоже ручной несмотря на то, что тот же Excel возьмет на себя некоторые расчеты.

3. Автоматизированный – осуществляется с помощью специальных программ.

4. Комплексной автоматизации – позволяет осуществлять контроль не только за количеством товаров и местами их размещения, но и за сроками годности, очередностью поступления, продажами, закупками и т.д.

Ведение складского учета позволяет коммерческой службе иметь постоянную и полную информацию о наличии на складе товаров. Это, в свою очередь, способствует своевременному информированию покупателей о имеющихся в наличии товарах посредством прайс-листов, которые регулярно рассылаются розничным торговым предприятиям [9].

Следует отметить, что товары простого ассортимента, как правило, не требуют их личной отборки покупателем, а заказы на них могут передаваться, например, по электронной почте.

На основании полученных заказов покупателей выписываются отборочные листы и счета-фактуры, в соответствии с которыми происходит отборка товаров с мест их хранения и заполнение товарно-транспортных накладных. Причем отборочные листы и счета-фактуры, оформленные таким образом, при котором последовательность записи в них товаров соответствует

порядку размещения их в секциях стеллажей, в штабелях или на вешалах, значительно облегчают отборку товаров работниками склада.

Различают механизированную и ручную отборку товаров с мест хранения.

Механизированная отборка применяется в основном на крупных складах. При этом груз, спакетированный на поддоне, снимается с помощью механизма с места укладки и в виде целой транспортной единицы перемещается в зону комплектования заказов.

Ручная отборка осуществляется при отпуске небольшого количества товаров, мелкоштучных товаров сложного ассортимента, хранимых на стеллажах.

На складах применяют два метода отборки товаров – индивидуальный и комплексный.

Индивидуальная отборка ведется по отборочному листу, выписанному для одного покупателя. При этом отборщик, обходя секции стеллажей, отбирает требуемое количество товаров и укладывает их на поддон, тележку или контейнер, которые затем перемещаются на участок комплектования. Как правило, индивидуальная отборка производится вручную.

Комплексная отборка позволяет отбирать товары одновременно для нескольких покупателей. Товары при таком методе изымаются с мест хранения последовательно для всей партии заказов согласно сводному отборочному листу, заранее составленному в зале товарных образцов. Рассортировка отобранных таким образом товаров по отдельным заказам производится в дальнейшем на участке комплектования. Применение комплексной отборки позволяет повысить производительность труда работников склада за счет использования средств механизации, так как товары отбираются, как правило, целыми поддонами, контейнерами.

Отобранные товары доставляются в зону комплектования заказов покупателей, где проверяется правильность отборки товаров в соответствии с заказами покупателей. Затем товары укладывают в инвентарную тару отдельно для каждого магазина. В качестве инвентарной тары могут использоваться

специальные разборные ящики, мешки, контейнеры и т. д. Контейнеры приспособлены для захвата их вилочными погрузчиками. Их погрузка и выгрузка может производиться бортоподъемником грузовой автомашины.

Перед пломбированием тарных мест в них вкладывается один экземпляр заполненного паковочного ярлыка. Он выписывается работником склада на каждое отдельное место, подписывается материально ответственными лицами и упаковщиком. Второй экземпляр ярлыка (с указанием массы каждого места) прилагается к счету-фактуре, а третий – остается на складе.

Опломбированную инвентарную тару перемещают в экспедицию, где происходит помаршрутное комплектование партий товаров в соответствии с расположением розничных торговых предприятий на маршруте. Формирование помаршрутных отправок должно происходить с учетом максимального использования грузоподъемности автотранспорта и минимального его пробега.

Учет принимаемых в экспедицию со склада и отправляемых покупателям товаров ведется в специальном журнале. В нем указывается наименование покупателя, номер, дата оформления и сумма счета-фактуры, количество мест, подлежащих отправке, номера тары. После возврата счета-фактуры с распиской получателя товаров в журнале делается соответствующая отметка.

Из экспедиции товары с помощью вилочных погрузчиков, электротележек и других средств механизации перемещают в зону погрузки транспорта, откуда происходит их доставка автомобилями в розничную торговую сеть.

2.5. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе

Организация выполнения на складах предприятий оптовой торговли сложного комплекса операций и работ, связанных с подготовкой к поступлению, приемкой товаров, размещением их в местах хранения, организацией хранения, подготовкой к отпуску и отпуском товаров оптовым покупателям, должна обеспечивать высокую эффективность их деятельности, которая достигается управлением торгово-технологическим процессом на складе.

Под управлением торгово-технологическими процессами на складе понимают совокупность приемов и методов, с помощью которых обеспечивается выполнение различных складских операций и целенаправленное воздействие на выбор рациональных форм и методов их организации с целью повышения эффективности использования трудовых, материальных, финансовых ресурсов и высокого качества обслуживания оптовых покупателей [14].

Основными задачами управления торгово-технологическими процессами на складе являются:

- повышение качества обслуживания оптовых покупателей;
- применение рациональной системы управления ассортиментом и товарными запасами на складах оптовой базы;
- учет особенностей работы каждого конкретного склада;
- оптимизация технического обеспечения складов с целью повышения производительности труда складского персонала, эффективного использования площадей, емкостей и средств механизации;
- сокращение продолжительности циклов складской обработки грузов;
- своевременное и квалифицированное проведение операций приемки товаров по количеству и качеству и их оприходования на склад;
- применение прогрессивных методов хранения и складской переработки товаров, обеспечивающих их сохранность и безопасность труда;
- создание условий для планомерного снабжения розничной торговой сети товарами и ускорения их оборота;
- снижение затрат на выполнение операций торгово-технологического процесса на складе.

Совершенствование управления торгово-технологическим процессом на складе связано с определенными организационными мерами:

- централизация управления торгово-технологическим процессом на основе создания диспетчерской службы предприятия;

– применение современных технических средств и технологий управления для оперативного регулирования на каждой стадии торгово-технологического процесса;

– автоматизация обработки коммерческой, экономической и другой информации, необходимой для принятия управленческих решений;

– автоматизация управления отдельными технологическими операциями и процессами, обеспечение непрерывности управления.

Для реализации поставленных задач используются различные приемы и методы управления торгово-технологическими процессами. Средства и орудия труда, которые применяются для управления торгово-технологическим процессом, называются средствами управления.

Основными средствами управления торгово-технологическим процессом склада являются: технологические карты; технологические графики; сетевые методы планирования и управления; компьютерные программы и системы; сканеры штрих-кодов и др.

Средства управления торгово-технологическими процессами на складах сочетаются с эффективными мерами управления технологическими процессами, какими являются, например, оперативное планирование и диспетчеризация работ.

Оптимизация складских операций достигается благодаря разработке и использованию технологических карт и графиков. Технологическая карта – это документ, в котором подробно регламентируется последовательность и методы выполнения складских операций и перечень документов, которые должны оформляться на основе соответствующих инструкций и нормативных документов. Такие карты предназначены для эффективного использования средств труда и рабочей силы и во избежание ошибок при выполнении определенных операций.

Технологические карты разрабатывают на группы товаров с подобными характеристиками, которые проходят одинаковый цикл складской обработки. Составление технологических карт включает определение методов, способов и

средств укладки (комплектования) груза, перечня и содержания операций складской обработки груза, методов и средств транспортировки, расчет длительности выполнения отдельных операций и общего цикла работ, расчет количества необходимых механизмов и оборудования, исполнителей работ и тому подобное.

Они должны быть составлены на весь процесс складской переработки грузов или на отдельные его этапы (поступление товаров, отгрузка товаров и т.д.). Технологические карты составляют также с учетом особенностей организации труда для отдельных категорий складских работников (водителей подъемно-транспортного оборудования, отборщиков). Применение технологических карт позволяет более рационально использовать средства труда, предметы труда и рабочую силу, исключить ошибки при выполнении соответствующих операций.

Основой для разработки технологических карт служат организационно-технологические решения, с учетом которых определяется содержание работы (перечень выполняемых операций), исполнители, а также перечень документов, которые оформляются в процессе складской переработки товаров.

Разновидностью технологических карт является карта технологического процесса склада – документ, регламентирующий цикл операций, которые выполняются на конкретном складе. Карта технологического процесса определяет ряд конкретных технико-экономических показателей, характеризующих необходимый уровень организации работ на складе: механизированных и ручных погрузочно-разгрузочных операций, общее количество операций с распределением на погрузочно-разгрузочные, контрольно-учётные, специальные внутрискладские и др. На этих показателях должен базироваться расчет показателей механизации погрузочно-разгрузочных работ и коэффициента перевалки груза на складе.

Технологические графики – документы, которые предусматривают и регулируют продолжительность и интенсивность выполнения складских операций во времени.

Технологические графики позволяют спланировать и организовать равномерную работу склада или другого объекта в течение смены, суток, недели, декады и тому подобное. Это могут быть графики работы погрузочно-разгрузочных механизмов, графики подачи заявок на завоз товаров со склада, графики прибытия покупателей на склад или в зал товарных образцов для отбора товаров, графики работы экспедиционного состава и др. Технологические графики работы экспедиционных складов обеспечивают своевременную доставку товаров в розничную торговую сеть, прием товаров, поступающих в нерабочее время, и своевременное оформление товарно-транспортных документов.

Эффективное управление торгово-технологическим процессом на складе может обеспечиваться также благодаря оперативному планированию и регламентации исполнения отдельных операций на основе сетевых методов планирования и управления, связанных с разработкой сетевой модели и сетевого графика организации торгово-технологического процесса склада.

При сетевом планировании разрабатывается сетевая модель, то есть схематическое графическое изображение торгово-технологического процесса склада, которое отражает процесс выполнения комплекса работ, направленных на достижение определенной конечной цели (например, доставка товара клиенту). В этой схеме весь технологический цикл разбивается на отдельные операции, которые выполняются в соответствии с логической последовательностью складской обработки определенного товара (груза) в разной таре и без тары, указывается продолжительность и исполнители каждой включенной в нее работы, способ выполнения, участок, где выполняются работы. Благодаря этому сетевая модель принимает форму сетевого графика, то есть графика осуществления определенных работ с указанием сроков выполнения. При этом сроки определяются расчетным способом на основе норм выработки, хронометражных оценок продолжительности их выполнения и т.д.

Сетевые графики позволяют сократить продолжительность технологического процесса благодаря оптимизации его структуры и устранить

дублирование отдельных операций, уменьшить трудоемкость операций, сократить затраты ручного труда и др. Сетевые графики целесообразно использовать с технологическими картами, разработанными как для всего технологического процесса, так и для отдельных его этапов. Сетевые графики используются для разработки оперативных планов работы складов или отдельных категорий работников, в которых определяются конкретные сроки выполнения отдельных работ.

Качественное управление торговыми предприятиями и их технологическими процессами на современном этапе развития невозможно без широкого использования компьютерной техники, позволяющей получать информацию о коммерческих процессах, обрабатывать ее в режиме, максимально приближенном к реальному, принимать и передавать соответствующие решения и рекомендации.

Сканирующая техника (сканеры штрих-кодов, локальные сети) на складах позволяет автоматически получать информацию о поступлении и отпуске товаров со склада и использовать ее в общей системе управления товарными запасами на складе. Особенностью применения сканирующей техники на складах оптовой торговли является использование ее для считывания информации штрихового кодирования групповых упаковок, сформированных на палетах, в контейнерах, пакетах.

Диспетчеризация обеспечивает оперативное регулирование всего комплекса складских работ и их отдельных элементов: погрузочно-разгрузочных работ, оформление документов на оприходование или отпуск товаров, выдачи или отгрузки товаров заказчикам т.д.

Главной целью управления торгово-технологическими операциями на складах предприятий оптовой торговли является обеспечение планомерного и бесперебойного товароснабжения розничных торговых предприятий. Оно включает: управление товарными запасами, ассортиментом товаров, их хранением, погрузочно-разгрузочными операциями, товарными потоками на складах.

Управление товарными запасами предполагает:

- нормирование (в виде нормативов товарных запасов в сумме и днях к товарообороту);
- оперативный учет и контроль за состоянием товарных запасов (на основе действующих форм учета и отчетности);
- регулирование товарных запасов по уровню и структуре посредством принятия различных коммерческих решений.

При этом необходимо использовать компьютерную технику и создавать современные системы управления товарными запасами. Методической основой этой работы является современная теория управления запасами, которая обладает широким многообразием экономико-математических моделей управления одно- и многономенклатурными запасами по критерию минимизации затрат на формирование и обслуживание запасов.

Управление ассортиментом товаров направлено на поддержание на складах оптимальной номенклатуры товаров, необходимых для бесперебойного снабжения розничной торговой сети. Управление ассортиментом товаров на оптовых торговых предприятиях является основной задачей коммерческой службы (прежде всего товароведов), одновременно на склады возлагается выполнение подчиненных задач по определению ассортимента товаров для конкретного состава, комплектования необходимого набора товаров из имеющегося ассортимента, а также по оперативному контролю за движением каждой разновидности товаров. Основным средством управления ассортиментом товаров на складах являются ассортиментные перечни. Управление хранением товаров на складах включает:

- определение мест для хранения товаров, поступающих на склады предприятия;
- разработка схем размещения товаров на хранение;
- соблюдение условий хранения различных групп товаров;
- контроль за сроками хранения и ротацией товаров на складе;
- поиск товаров во время отпуска по заказам покупателей.

При организации хранения товаров на складах нужно учитывать разницу в продолжительности хранения отдельных товаров, их физико-химические свойства и другие факторы. На этой основе необходимо разработать такую систему размещения товаров, которая позволяла бы быстро разместить в места хранения или найти необходимые товары, вести правильный учет их количества, поступления, отпуска и обеспечивала бы сохранение количества и качества товаров при условии эффективного использования складских площадей и емкостей.

Управление хранением товаров должно предусматривать применение рациональных способов укладки, которые должны обеспечивать сохранность товаров, исключать потери, создавать удобства для контроля за их состоянием и правильным отбором. Применение различных методов управления движением товаров на складах позволяет не только упорядочить хранение товаров, но и ускорить процесс комплектования заказов, значительно облегчить труд складского персонала всех категорий, снизить простои транспортных средств и складской техники [12].

Управление хранением направлено на создание условий для рационального выполнения всех операций технологического процесса, а для этого оно должно обеспечивать:

- хранение каждого товара в кладовых и камерах с температурным режимом, который бы отвечал его физико-химическим и другим особенностям;
- соблюдение определенного товарного соседства;
- размещения товаров с учетом частоты поступления и отпуска, трудоемкости и транспортабельности;
- соблюдение строгой очередности отпуска товаров (особенно продовольственных) в зависимости от срока изготовления, позволяет исключать возможность их порчи и просрочки сроков хранения.

Эффективность управления хранением товаров на складе проявляется через:

– увеличение коэффициентов использования площади и вместимости склада;

– повышение средней удельной нагрузки на единицу складской мощности.

Это достигается как технологическими, так и организационными мерами. Поэтому в процессе управления хранением товаров необходимо принять решение о выборе системы хранения товаров, которая может базироваться на закреплении за товарами постоянных или переменных мест хранения или на применении комбинированной системы.

В то же время опыт показывает, что из-за дефицита складских площадей и непостоянства ассортимента на складах целесообразно использовать систему с закреплением переменных мест хранения. Рациональность ее заключается в том, что она позволяет оперативно использовать освободившиеся места для вновь прибывшей продукции. Недостаток этой системы заключается в сложности управления процессом размещения товаров, которое требует применения компьютерной техники и разработки определенных приемов организации этого процесса.

Наиболее приемлемым методом размещения товаров является смешанный, при котором для товаров, которые всегда есть на складе, закрепляются постоянные места хранения, а для другой части товаров выделяются переменные (временно свободные) места хранения.

Важным условием оптимального размещения товаров на хранение является составление экономически и технически обоснованных карт (схем) размещения товаров на складах с закреплением за товарами определенных групп, подгрупп и наименований постоянных мест хранения. При закреплении постоянных мест хранения по товарам появляется возможность создать такую систему размещения запасов товаров на складе, которая ведет к сокращению транспортных расходов. Стабильность в расположении товаров помогает персоналу склада быстро размещать новоприбывшую партию, а также четко отобрать товары при выполнении заказов оптовых покупателей. Разработка карт размещения товаров на складах не только имеет большое значение для

управления хранением товаров, но и является одним из важнейших условий рационального управления потоками товаров.

Под товарным потоком на складе понимают движение товаров от момента поступления до отпуска проданного товара оптовому покупателю. Товарный поток включает систему взаимосвязанных, последовательно выполняемых операций с товаром. На складах осуществляется количественное и качественное преобразование товарных потоков. Процесс, связанный с преобразованием товарных потоков, включает три взаимодействующие части:

1. Формирования входного товарного потока (заявки, заказ).
2. Освоение входящего товарного потока (операции технологического процесса).
3. Формирование выходного товарного потока (выписка документов на отгрузку, отбор, отгрузка).

Управление товарными потоками направлено на сокращение общего времени выполнения операций торгово-технологического процесса и осуществляется путем разработки схемы технологического планирования склада, определения при этом рациональных маршрутов движения товаров при поступлении, отборе и отпуске их покупателям. Наличие карт размещения товаров на складах, а также адресация вновь поступивших товаров позволяют оперативно отобрать нужные товары на складе, определить удобные маршруты, которые обеспечивали бы минимальный грузооборот. С этой целью применяется стандартная информационно-знаковая система, с помощью которой разрабатываются пути движения транспортных средств, а также разметка оборудования мест размещения товаров.

Управление погрузочно-разгрузочными и транспортными операциями на складе направлено на сокращение продолжительности выполнения данного цикла работ благодаря выбору оптимальной структуры этапов обработки грузов с целью избежания простоев подъемно-транспортных механизмов, обеспечения ритмичной работы складов и облегчения работы складского персонала всех категорий. Оно предусматривает максимальное облегчение труда грузчиков и

водителей складской техники за счет правильного выбора средств механизации и соответствующей подготовки персонала.

Высшей формой организации складского технологического процесса на оптовом торговом предприятии является автоматизированная система управления (АСУ) складскими операциями, которая ориентирована на создание поточной системы внутрискладской переработки грузов. Автоматизация управления технологическими процессами на складах на основе компьютерной техники связана с необходимостью решения задач по оптимизации процессов размещения товаров на складах, формированию заказов на отбор, контролю отбора и отгрузки товаров в розничную торговую сеть и др.

Для создания такой системы необходимы высокий уровень комплексной механизации складских операций, сосредоточение управления технологическими процессами переработки грузов в едином центре, использование системы конвейеров и автоматических межстеллажных погрузчиков для внутрискладского перемещения грузов и применения компьютерной техники. Применение компьютерной техники для решения оптимизационных задач в рамках автоматизации управления технологическим процессом склада связано:

- с разработкой технологической схемы переработки грузов с использованием механизмов автоматического действия и компьютерной техники;

- построением информационной модели склада;

- решением проблемы рационального размещения товаров на складах;

- разработкой программы управления операциями складирования;

- обеспечением надежной системы связей компьютера с механизмами автоматического действия;

- разработкой технологии комплексной обработки информации, которая бы обеспечивала выполнение программ автоматического учета с одновременным решением задач автоматического управления складскими операциями.

Вопросы для самоконтроля

1. Какова специфика деятельности оптового торгового предприятия?
2. Что оказывает влияние на построение складского технологического процесса оптового предприятия?
3. Дайте характеристику основных составляющих торгово-технологического процесса оптовых предприятий.
4. Охарактеризуйте порядок приемки товаров по количеству.
5. Каковы особенности приемки товаров по качеству?
6. В чем заключаются особенности размещения товаров на складах оптовых предприятий?
7. Каковы правила и принципы размещения товаров на хранение на складах оптовых предприятий?
8. Охарактеризуйте операции по отпуску товаров со склада.
9. Охарактеризуйте особенности учета товаров на складах.
10. Раскройте содержание управления торгово-технологическим процессом на складах.

Тесты к разделу

Инструкция: Из предложенных вариантов ответов выберите один, который, по Вашему мнению, отвечает на поставленный вопрос теста.

1. К технологическим процессам в торговле относится...
 - а) приемка товаров, разгрузка транспортных средств, отправка товаров на хранение;
 - б) составление заявок и заказов;
 - в) изучение покупательского спроса;
 - г) подготовка и продажа товаров в магазине.
2. Важнейшим принципом организации складского технологического процесса является...
 - а) сокращение длительности выполнения отдельных операций;

- б) уменьшение затрат на перемещение грузов;
- в) создание удобной укладки и размещения товаров;
- г) планомерность и ритмичность.

3. Функцией товарных складов является...

- а) образование и хранение запасов товаров, полученных от поставщиков;
- б) заключение договоров с поставщиками;
- в) формирование ассортимента товаров;
- г) изучение и выбор поставщиков.

4. Содержание и объем складского технологического процесса зависят от...

- а) особенностей устройства склада и его размеров;
- б) организации приемки товаров по количеству и качеству;
- в) вида транспортного средства, которым были доставлены товары;
- г) распределения обязанностей между работниками склада.

5. На построение складского технологического процесса оптового предприятия НЕ оказывают влияние...

- а) наличие подъездных путей;
- б) устройство и планировка склада;
- в) условия договоров поставки;
- г) условия хранения товаров.

6. Установление фактического количества, качества и комплектность товара, а также определение отклонения вызвавших их причин, – это...

- а) приемка товара;
- б) хранение товара;
- в) реализация товара;
- г) выкладка товара.

7. Последовательность и ритмичность технологического процесса означает, что выполнение всех взаимосвязанных операций должно быть согласованно по...

- а) месту;
- б) срокам;
- в) времени;
- г) операциям.

8. Начальную стадию складского технологического процесса составляют операции по...

- а) размещению товаров на хранение;
- б) поступлению товаров;
- в) приемке товаров;
- г) комплектованию партий товаров.

9. Приемка товара по весу брутто – это...

- а) начальная приемка;
- б) предварительная приемка;
- в) окончательная приемка;
- г) промежуточная приемка.

10. Выборочная проверка количества товаров с распространением ее результатов на всю партию допускается...

- а) в случаях, предусмотренных стандартами, техническими условиями, договором;
- б) по инициативе материально-ответственного лица;
- в) по указанию руководителя оптового предприятия;
- г) по решению представителя поставщика.

11. Способы штабельной укладки товаров:

- а) прямая, поперечная;
- б) прямая, перекрестная, обратная;
- в) прямая, параллельная, обратная;
- г) параллельная, перекрестная, прямая.

12. При складской обработке товаров неизбежно возникает...

- а) товарные потери;
- б) порча;
- в) убыток;
- г) естественная убыль.

13. К методам оптовой продажи товаров со склада относят...

- а) продажу товаров через прилавок обслуживания;
- б) продажу товаров путем самообслуживания;
- в) продажу путем личной отборки товаров;
- г) продажу товаров с открытой выкладкой и свободным доступом.

14. Форма оптовой продажи, при которой оптовые посредники продают товары без завоза на свои склады, – это...

- а) универсальная продажа;
- б) складская продажа;
- в) транзитная продажа;
- г) специализированная продажа.

15. Объектом управления торгово-технологическими процессами на складе является...

- а) ассортимент товаров;
- б) технологические карты;
- в) диспетчерская служба;
- г) закупочная деятельность.

Заключение

Оптовая торговля охватывает широкое рыночное пространство и является проводником в реализации больших партий и объемов товаров. Оптовые торговые предприятия устанавливают хозяйственные связи как с производителями, так и с потребителями. Цель оптовой торговой деятельности – удовлетворение спроса на товары в удобное для потребителя время и необходимом количестве. От того как будет развиваться оптовая торговля, в значительной мере зависит целевое производство товаров, их обновление и качество.

Важнейшая задача оптовой торговли – планомерно регулировать товарное предложение в соответствии со спросом. Объективная возможность успешно решить эту задачу обусловлена промежуточным положением оптовой торговли: в ней концентрируется значительная часть товарных ресурсов, что позволяет не ограничиваться операциями пассивного характера, а активно влиять на сферу производства, розничную торговлю и через неё – на сферу потребления.

Коммерческая деятельность оптовых предприятий – это деятельность по купле-продаже товаров и оказанию услуг потребителям, направленная на обеспечение конкурентоспособности и получение прибыли путем удовлетворения потребностей оптовых покупателей в товарах и услугах высокого качества.

Организация выполнения на складах предприятий оптовой торговли сложного комплекса операций и работ, связанных с подготовкой к поступлению, приемкой товаров, размещением их в местах хранения, организацией хранения, подготовкой к отпуску и отпуском товаров оптовым покупателям, должна обеспечивать высокую эффективность их деятельности, которая достигается управлением торгово-технологическим процессом на складе.

Библиографический список

1. **Белов, В. А.** Что изменилось в Гражданском кодексе? : практическое пособие / В. А. Белов. – 4-е изд., доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 359 с. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт: [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450770> (дата обращения: 21.01.2021).

2. **ГОСТ Р 51773–2009.** Услуги торговли: классификация предприятий торговли»: национальный стандарт Российской Федерации: издание официальное: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 771-ст: введен взамен ГОСТ Р 51773-2001: дата введения 2011-01-01 / разработан открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») при участии ООО «ИКС 5 Ритейл Групп» – Текст : электронный // Электронный фонд правовой и научно-технической документации : [сайт]. – URL: <https://docinfo.ru/gost-r/gost-r-51773-2009>. (дата обращения: 20.01.2021).

3. **ГОСТ Р 51304–2009.** Услуги торговли. Общие требования: национальный стандарт Российской Федерации: издание официальное: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 769-ст: введен взамен ГОСТ Р 51304-99: дата введения 2011-01-01 / разработан открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») при участии ООО «ИКС 5 Ритейл Групп» – Текст : электронный // Электронный фонд правовой и научно-технической документации : [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/12000792> (дата обращения: 20.01.2021).

4. **Дашков, Л.П.** Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник для бакалавров/ Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц – Текст : электронный. – Москва:

Дашков и К, 2019. – 456 с. // elibrary.ru: научная электронная библиотека: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85263.html> (дата обращения: 20.01.2021).

5. **Карашук, О.С.** Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для вузов / О.С. Карашук. – Текст : электронный. – Москва: Юрайт, 2020. – 141 с. // Научная электронная библиотека «Юрайт» : [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/447436> (дата обращения: 11.01.2021).

6. **Карпова, Н.П.** Современные тенденции управления складом / Н.П. Карпова, В.О. Королев. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 19 (99). – С. 381-384. – URL: <https://moluch.ru/archive/99/22142/> (дата обращения: 21.01.2021).

7. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – Москва : Юрайт, 2020. – 404 с. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт : [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450127> (дата обращения: 22.01.2021).

8. Коммерческое право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Юриспруденция» и «Коммерция (торговое дело)» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. – Текст : электронный. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 503 с. // ЭБС «IPRbooks» : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/81785.html> (дата обращения: 21.01.2021).

9. **Лакомова, А.Д.** Повышение конкурентоспособности предприятия оптовой торговли: [статья: материалы 10-й Международной молодежной научной конференции «Молодежь и XXI век – 2020»] / А.Д. Лакомова, О.Н. Митрофанова. – Текст : электронный // elibrary.ru : научная электронная библиотека : [сайт]. – URL: <https://www.elibrary.ru/download/elibrary> (дата обращения: 15.01.2021).

10. **Лифиц, И.М.** Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. – Москва : Юрайт, 2020. – 405 с. Текст : электронный // ЭБС Юрайт : [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/466184> (дата обращения: 21.01.2021).

11. **Митрофанова, О.Н.** Эффективное взаимодействие с оптовыми клиентами как инструмент повышения конкурентоспособности торгового предприятия / О.Н. Митрофанова, Н.Г. Пахомова. – Текст : непосредственный // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 4 (46). – С. 64 – 70.

12. **Саттаров, Р.С.** Логистика складирования: учебно-методический комплекс / Р.С. Саттаров, Д.И. Васильев., Г.Г. Левкин. – Текст: электронный. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 205 с. // ЭБС «IPRbooks» : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/76889.html> (дата обращения: 25.01.2021).

13. Стратегия развития торговли в Российской Федерации до 2025 г (проект). – Текст : электронный. // Minprom.samregion.ru : [сайт]. – URL: <https://minprom.samregion.ru/wp-content/uploads/sites/9/2019/10/proekt-Strategii-razvitiya-torgovli-v-RF.pdf> (дата обращения: 15.01.2021).

14. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Т.1: монография. / Д.И. Валигурский [и др.]. – Текст : электронный – Москва: Дашков и К, 2019. – 410 с. – // ЭБС «IPRbooks» : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85710.html> (дата обращения: 15.12.2020).

15. **Российская Федерация. Законы.** Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон № 381-ФЗ: [принят Государственной думой 18 декабря 2009 г. : одобрен Советом Федерации 25 декабря 2009 г.]. – Текст: электронный // Консультант плюс : [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/cons> (дата обращения: 12.01.2021).

16. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Торговля в России 2019. Статистический сборник. – Текст : электронный // Федеральная служба государственной статистики : [сайт]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Torgov_2019.pdf (дата обращения: 19.01.2021).

УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ

Пахомова Наталья Георгиевна

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ: ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Редактор М.Ю. Болгова

Подписано в печать 31.05.2021. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

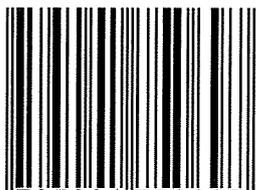
Цифровая печать. Объем 5,6 п.л. Тираж 30 экз. Заказ № *386*.

Издательство Липецкого государственного технического университета.

Полиграфическое подразделение Издательства ЛГТУ.

398055, Липецк, ул. Московская, 30.

ISBN 978-5-00175-069-7



9 785001 750697 >