

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

Н. Ю. Никитина
В. Е. Шкурко
Ю. Е. Шарова

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Рекомендовано методическим советом УрФУ
в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся
по программам бакалавриата и магистратуры по направлениям подготовки
38.03.02, 38.04.02 «Менеджмент», 38.03.06, 38.04.06 «Торговое дело»,
43.03.01 «Сервис», 27.04.01 «Стандартизация и метрология»,
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2016

УДК 339.1(075.8)
ББК У42я73-1
Н624

Рецензенты:

сектор экономических проблем отраслевых рынков
Института экономики УрО РАН
(заведующий сектором кандидат экономических наук Г. Б. К о р о в и н);

А. В. Д у ш и н, доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой экономики и менеджмента
Уральского государственного горного университета

Научный редактор

С. Н. П о л б и ц ы н, кандидат технических наук, доцент кафедры
региональной и муниципальной экономики, финансов и безопасности УрФУ

Никитина, Н. Ю.

Н624 Организация торгово-технологических процессов : [учеб. пособие] / Н. Ю. Никитина, В. Е. Шкурко, Ю. Е. Шарова ; [науч. ред. С. Н. Полбицын] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 112 с.

ISBN 978-5-7996-1809-4

В учебном пособии рассматриваются теоретические аспекты в области торгового дела: понятие и сущность товародвижения, классификация торговых предприятий, сущность, роль и функции оптовой торговли, роль, назначение и виды складов, виды и структура розничной торговой сети.

Для студентов бакалавриата и магистратуры, осваивающих дисциплины «Торговое дело», «Основы торгового дела», «Технология и проектирование торгового предприятия», «Документооборот и оборудование в торговле», «Экономика торговой организации», «Основы управления деятельностью торгового предприятия», «Управление торговым предприятием», «Экономика торговли», «Торговля на международном рынке».

УДК 339.1(075.8)
ББК У42я73-1

ОГЛАВЛЕНИЕ

Список условных сокращений.....	4
Предисловие	7
Введение	8
1. ЗВЕНЬЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ ЦЕПИ, СФЕРЫ ОБРАЩЕНИЯ И ИХ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ	10
1.1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.....	10
1.2. Классификация торговых предприятий.....	12
1.3. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения.....	15
1.4. Сущность, роль и функции оптовой торговли.....	17
1.5. Роль, назначение, функции и классификация складов.....	30
1.6. Виды складских сооружений и оборудование складов.....	39
1.7. Складской технологический процесс и принципы его организации.....	45
Тесты	48
Задачи	49
2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ И ЕЕ СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ	60
2.1. Основные отличия розничной торговли от оптовой торговли.....	61
2.2. Виды и структура розничной торговой сети.....	61
2.3. Классификация предприятий розничной торговли.....	66
2.4. Размещение розничной торговой сети в городах.....	86
2.5. Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть.....	93
2.6. Организация оснащения оборудованием торговых предприятий.....	96
Тесты	99
Задачи	101
<i>Приложение 1</i>	106
<i>Приложение 2</i>	107
Нормативные материалы	108
Список литературы	110

Список условных сокращений

Ву	Высота укладки товаров на складе, м
Гмо	Однодневный грузооборот склада по отпуску, условные вагоны
Гмп	Однодневный грузооборот склада по поступлению, условные вагоны
Гог	Средний однодневный грузооборот склада по каждой товарной группе, условные вагоны
Гос	Средний однодневный грузооборот склада, условные вагоны
Еог	Общая емкость по обоим способам хранения (Еог + Еш), м ³
Епо	Общая полезная емкость всего склада (Еог + Епо), м ³
Ес	Полезная емкость склада при хранении товаров на стеллажах, м ³
Еш	Полезная емкость склада при хранении товаров в штабелях, м ³
Змс	Максимальные товарные запасы по способам хранения в штабелях, т
Змш	Максимальные товарные запасы по способам хранения на стеллажах, т
Зэ	Нормативы запасов грузов, временно размещаемых в экспедициях, т
Зэао	Нормативы запасов грузов, временно размещаемых в экспедициях в день по отпуску грузов, т
Зэап	Нормативы запасов грузов, временно размещаемых в экспедиции со стороны автомобильной платформы, т
Зэжп	Нормативы запасов грузов, временно размещаемых в экспедициях со стороны железнодорожной платформы, т
Кнз	Коэффициент неравномерности образования товарных запасов
Кно	Коэффициент неравномерности отпуска товаров со склада
Кнп	Коэффициент неравномерности поступления товаров на склад
Кто	Коэффициенты «Отправление грузов»
Ктп	Коэффициенты «Прибытие грузов»
Нес	Норма емкости на один условный вагон грузов, хранимых на стеллажах, м ³
Неш	Норма емкости на один условный вагон грузов, хранимых в штабелях, м ³
Нз	Неснижаемый запас товаров (кг, шт. и т. п.)
Нка	Норма площади коридоров в административно-бытовых помещениях, м ²
Нко	Норма площади комнаты образцов (рассчитывается только для непродовольственных складов), м ²

Нкс	Норма площади грузовых коридоров, соединяющих кладовые с экспедицией, м ²
Нпк	Норма площади конторы на каждого конторского работника, м ²
Нпо	Норма площади комнаты отдыха и приема пищи персонала склада на одного работника
Нпр	Норма площади распаковочной на каждый вагон однодневного грузооборота, м ²
Нпу	Норма площади упаковочной на одного упаковщика (добавляется к площади кладовых), м ²
Нпф	Норма площади фасовочной на один фасовочный агрегат (рассчитывается только для продовольственных складов), м ²
Нпэ	Норма площади экспедиции на один условный вагон грузооборота склада, м ²
О	Фактический запас товаров в магазине (кг, шт. и т. п.)
Па	Площадь административно-бытовых помещений, м ²
Пз	Количество товаров, подлежащие заводу (кг, шт. и т. п.)
Пза	Площадь административно-бытового здания, м ²
Пзс	Общая площадь складского здания, м ²
Пк	Площадь конторы, м ²
Пка	Площадь коридоров в административно-бытовых зданиях, м ²
Пкг	Площадь грузовых коридоров, м ²
Пкд	Площадь кабинета директора, м ²
По	Площадь комнаты отдыха и приема пищи, м ²
Ппг	Полезную площадь склада по каждой товарной группе, м ²
Ппо	Общая полезная площадь склада, м ²
ППР	Производительность фасовочного агрегата, т
Пр	Площадь помещения для грузчиков и шоферов, м ²
Пс	Производительность труда при самообслуживании (кг, шт. и т. п.)
Псо	Общая площадь склада, м ²
Пу	Площадь упаковочного помещения, м ²
Пф	Площадь фасовочного помещения, м ²

Пхк	Площадь хозяйственной кладовой, м ²
Пэа	Площадь экспедиций склада отдельно со стороны автомобильной платформы, м ²
Пэж	Площадь экспедиций склада отдельно со стороны железнодорожной платформы, м ²
Пэо	Общая площадь экспедиций, м ²
Рз	Реализация товаров между завозами (кг, шт. и т. п.)
ТНП	Товары народного потребления
ТПН	Товары производственного назначения
Тс	Годовой товарооборот при самообслуживании, руб.
Тт	Годовой товарооборот при традиционных методах продажи, руб.
Чап	Административно-управленческий персонал, чел.
Чвр	Число высвобождаемых работников, чел.
Чп	Численность персонала продовольственных и непродовольственных складов, работающих в одну смену, чел.
Чт	Численность товароведов (комнаты товарных образцов), чел.
Чу	Численность упаковщиков-отборщиков, чел.
Sc	Площадь торгового зала магазина при самообслуживании, м ²
St	Площадь торгового зала магазина при традиционных методах продажи, м ²

ПРЕДИСЛОВИЕ

Торговля является равноправной сферой экономики в ряде других сфер экономики народного хозяйства, она подчиняется тем же закономерностям становления и развития.

В пособии подробно рассматриваются технологические процессы товародвижения, организации и управления торгово-технологическими процессами на оптовых и розничных торговых предприятиях.

Изменение принципов хозяйствования, усложнение процессов товарного обращения, ускорение научно-технического прогресса в торговле увеличивают потребность в высококвалифицированных специалистах.

Цель данного пособия — формирование у будущих специалистов торговли знаний в области организации работы розничных и оптовых торговых предприятий, торговых и технологических процессов, организации товародвижения и товароснабжения, складского и тарного хозяйства.

Прежде всего при организации торгового дела необходимо учитывать качество продукции, так как торговля некачественным товаром изначально негативно влияет на имидж торгового предприятия. Важно уделять внимание обучению кадров, так как взаимоотношения с покупателями, поставщиками, а также поддержание благоприятного микроклимата в коллективе тоже играют немаловажную роль. Магазин, где обслуживание проходит на высоком уровне, всегда имеет большую прибыль и конкурентоспособность.

При обучении сотрудников необходимо существенное внимание уделять таким понятиям, как честность и порядочность. Эти качества крайне важны именно при организации торговли, так как большинство работающих там людей — материально-ответственные лица.

Качество товаров, грамотное и вежливое обслуживание, честность и порядочность по отношению к коллегам и покупателям — вот слагаемые успеха при организации торгового дела любого направления.

ВВЕДЕНИЕ

В учебном пособии рассматриваются основы в области торгового дела.

На предприятиях торговли завешается процесс кругооборота средств и товаров. Поэтому рациональная организация процесса товародвижения — это одна из важнейших функций торговли.

В первой части отражены теоретические понятия и описание процессов, используемых в сфере торгово-посреднической деятельности. Рассматриваются понятия и сущность процесса товародвижения и факторы, влияющие на процесс товародвижения. Дана классификация торговых предприятий. Рассмотрены типы и виды оптовых предприятий. Определены роль и назначение складов. Показана их классификация. Описан складской технологический процесс и перечислены принципы его организации. Для закрепления изучения теоретического материала в конце главы даны задания для самопроверки, тесты и практические задачи по изучению форм товародвижения и особенности планировки оптовых торговых предприятий.

Во второй части рассматривается материально-техническая база розничной торговой сети. Показаны основные отличия розничной торговли от оптовой. Изучение видов и структуры розничных торговых сетей позволит учащимся понять правила и принципы их размещения в городах. Классификация предприятий розничной торговли, представленная в учебном пособии, выполнена на основании нормативных документов, действующих на территории Российской Федерации. Для закрепления изучения теоретического материала также даны задания для самопроверки, тесты и практические задачи по расчету объемов и запасов закупаемых товаров и определения экономической эффективности

перевода продовольственного магазина с традиционных методов продажи товаров на самообслуживание.

В учебном пособии представлен краткий перечень основных нормативных документов, регламентирующих организацию торгово-технологических процессов.

1. ЗВЕНЬЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ ЦЕПИ, СФЕРЫ ОБРАЩЕНИЯ И ИХ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ

1.1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения

Процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей через предприятия оптовой и розничной торговли до потребителей называется товародвижением. Он включает не только физическое перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции, связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к продаже на предприятиях торговли.

На предприятиях торговли завершается процесс кругооборота средств, вложенных в произведенные предметы потребления, происходит превращение товарной формы стоимости в денежную и создается экономическая основа для возобновления производства товаров. Поэтому рациональная организация процесса товародвижения — одна из важных функций торговли. Товародвижение предполагает создание технологической цепи, способной своевременно и бесперебойно доводить товары от производства до потребителей в необходимом количестве, широком ассортименте, высокого качества, при минимальных затратах труда, материальных средств и времени.

Основными звеньями технологической цепи товародвижения являются:

- промышленные и сельскохозяйственные предприятия, производящие товары народного потребления;
- оптовые базы;
- магазины и другие пункты розничной продажи товаров.

Следуя из сферы производства в сферу потребления, товары могут проходить через одно или более складских звеньев. Рациональная организация процесса товародвижения предусматривает прохождение товара через минимальное число звеньев. На организацию процесса товародвижения оказывает влияние ряд факторов, которые можно объединить в следующие группы: производственные, транспортные, социальные и торговые.

К числу *производственных* факторов относятся:

- размещение производства;
- специализация производственных предприятий;
- сезонность производства отдельных товаров.

Существенное влияние на процесс товародвижения оказывает размещение производства товаров. Приближение производственных предприятий к источникам сырья часто приводит к неравномерному распределению их на территории страны, удалению от районов потребления, а это, в свою очередь, усложняет процесс товародвижения, так как вызывает необходимость перевозки товаров на большие расстояния, замедляет их доведение от производства до потребителей.

Производство некоторых товаров народного потребления имеет ярко выраженный сезонный характер, что связано с сезонностью производства сырья для их изготовления, а также сезонностью приобретения и потребления отдельных товаров. В связи с этим ассортимент товаров, участвующих в процессе товародвижения, существенно изменяется на протяжении года, а это вызывает необходимость внесения соответствующих коррективов в организацию технологического процесса товародвижения.

К *транспортным* факторам относятся:

- состояние транспортных путей сообщения;
- виды транспорта, используемые для перевозки товаров, и т. д.

В настоящее время пока еще не все регионы имеют хорошо развитую транспортную сеть, следовательно, доставка товаров в некоторые из них сопряжена с определенными трудностями

(но и сезонный характер, вынуждает использовать нерациональные виды транспорта и т. д.).

Важное влияние на процесс товародвижения оказывают социальные факторы, основными из которых являются расселение населения, уровень денежных доходов населения и т. д.

На интенсивность процесса товародвижения оказывает влияние и уровень денежных доходов населения.

На процесс товародвижения влияют следующие торговые факторы:

- размеры, специализация и размещение предприятий торговли;
- степень сложности ассортимента товаров и их свойства;
- уровень организации товароснабжения розничной торговой сети.

В значительной степени процесс товародвижения зависит от ассортимента и свойств товаров. Так, товары сложного ассортимента, прежде чем поступить в розничную торговую сеть, проходят подсортировку в оптовом звене. По-разному будет протекать процесс товародвижения в зависимости от применяемой формы снабжения розничной торговой сети товарами.

1.2. Классификация торговых предприятий

Торговля относится к сфере экономики народного хозяйства, производящей неовещественные материальные блага, поскольку она оказывает посредническую деятельность по продвижению товаров от производителя до потребителя, не создает новую потребительскую стоимость товаров.

Неовещественные материальные блага в торговле — это услуги, включающие комплекс работ, предусматривающих доведение товаров до потребителя и обслуживание потребителя в процессе и после продажи товаров.

Услуга — результат непосредственного взаимодействия продавца (исполнителя) и покупателя (потребителя), а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей

покупателя при приобретении товаров по договору купли-продажи. Услуги, входящие в собственную деятельность предприятия-продавца, включают процессы товародвижения и сохранения потребительских свойств товара. Услуги увеличивают денежную стоимость товара.

Товар — любая материальная вещь, обладающая набором определенных свойств, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи.

В торговле различают:

- *товары народного потребления (ТНП)*. Предназначены для продажи населению (физическим лицам) с целью личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. К ним относятся продукты питания, одежда, бытовая техника, мебель и т. п.;
- *товары производственного назначения (ТПН)*. Предназначены для продажи предприятиям любой формы собственности индивидуальным предпринимателям (юридическим лицам) с целью их использования в хозяйственной деятельности. К ним относятся перечисленные товары, а также сырье, полуфабрикаты, материалы, всевозможные машины, механизмы, приборы, здания, сооружения. К ТНП и ТПН как объектам, подвергающимся купле-продаже, относится также продукция в виде не овеществленных материальных благ непродовственных отраслей народного хозяйства, коммунальные услуги, здравоохранение, культура, искусство, наука, просвещение, информатика, банковские услуги, туризм, общественное питание и т. д.

В отраслях народного хозяйства ТНП и ТПН это соответствующие предметы потребления и предметы труда.

Торговое предприятие — имущественный комплекс, включающий земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, товары, права требования, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания и др. используемые

организацией объекты для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли.

Торговое предприятие как хозяйствующий субъект с правом юридического лица осуществляет закупку, хранение и реализацию товаров и разного рода сопутствующие услуги в целях удовлетворения потребностей рынка (юридических и физических лиц) и получения прибыли.

По виду торговли торговые предприятия делятся на оптовые и розничные.

По категории товаров: продовольственные, непродовольственные, смешанные.

Предприятие оптовой торговли осуществляет куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи, а также оказывает услуги по организации оптового оборота товаров.

Предприятие розничной торговли осуществляет куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования.

Оптовые и розничные торговые предприятия классифицируются по:

- 1) видам;
- 2) типам;
- 3) по ряду признаков, конкретизирующих вид и тип.

В зависимости от специализации деятельности различают следующие виды предприятий розничной торговли:

1. Предприятия оптовой торговли, включающие полный комплекс закупочно-сбытовых операций (товарные склады, оптовые базы).
2. Предприятия-посредники (брокеры, дистрибьюторы).
3. Предприятия-организаторы оптового оборота (товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы).

Классификация по масштабу деятельности определяет тип предприятия оптовой торговли. Различают оптовые предприятия федерального уровня; отраслевого уровня; внутриотраслевого уровня.

1.3. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения

Оптовая торговля располагает обширной сетью предприятий, до перехода к рыночным отношениям подразделявшиеся на государственные и кооперативные.

В настоящее время сеть оптовых торговых предприятий представлена предприятиями различных форм собственности и ведомственной принадлежности.

Проводимая в стране структурная политика развития оптовой торговли долговременной целью ставит обеспечение рыночного разнообразия структур, осуществляющих оптовую торговую деятельность, что позволит наполнить потребительский рынок товарами; создаст условия для беспрепятственного их продвижения по каналам распределения, активизации отечественных товаропроизводителей.

Существенно расширяются права оптовых предприятий. Они самостоятельно определяют свою специализацию, сферу и зону деятельности; уровень автономности функционирования и функциональную ориентацию.

Оптовая торговля в рыночных условиях должна быть более способной оптимально реагировать на любые изменения экономических условий. Это может быть обеспечено на основе последовательного развития типового и видового разнообразия оптовых структур на потребительском рынке.

В основу типового разнообразия оптовых предприятий положены масштабы их деятельности, с учетом чего следует выделять оптовые предприятия общенационального (федерального) и регионального (внутрирегионального) уровней.

Оптовые предприятия общенационального (федерального) уровня призваны стать стержнем всей внутриотраслевой структуры оптовой торговли. Они должны гарантировать ее устойчивость и стратегическую стабильность. Важнейшей их задачей является создание необходимой структуры каналов товародвижения, предназначенной для обслуживания крупных отечественных

товаропроизводителей, а также зарубежных производителей и поставщиков товаров.

Оптовые предприятия общенационального уровня реализуют товары по всей территории страны. Основной организационно-правовой формой оптовых предприятий общенационального уровня являются акционерные общества открытого типа с заметной долей участия государства в их уставных капиталах. Это могут быть и государственные концерны.

Оптовые предприятия общенационального уровня в перспективе должны составить основу формирования торгово-финансово-промышленных, торгово-финансовых групп и транснациональных компаний.

Процесс оптовой реализации товаров завершают оптовые предприятия регионального уровня. Они закупают товары непосредственно у товаропроизводителей и у оптовых предприятий федерального уровня, доводят их до любых оптовых покупателей в зоне своей деятельности.

Главной задачей их функционирования является обеспечение товарами региональных товарных рынков.

В эту группу оптовых предприятий могут включаться:

- автономные оптовые структуры и сбытовые подразделения промышленных предприятий;
- оптовые структуры крупных розничных предприятий.

Эти предприятия функционируют преимущественно в виде хозяйственных товариществ и акционерных обществ.

На региональном уровне должны получить распространение различного рода объединения. Они могут формироваться как в виде цепных оптовых торговых компаний, так и в виде добровольных оптово-розничных цепей.

Каждый тип оптовых предприятий может существовать в различных видах. При этом оптовые предприятия могут быть следующих видов:

1. Специализирующиеся на оптовой торговой деятельности предприятия, осуществляющие полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности на товар

к оптовому звену. Это так называемые независимые оптовые торговцы.

2. Посреднические оптовые структуры, не использующие в своей деятельности перехода к ним права собственности на товар (дистрибьюторы).

3. Организаторы оптового оборота.

Специализирующиеся на оптовой торговле предприятия (независимые оптовые торговцы) должны составить основу системы оптовых структур на потребительском рынке. Их основной задачей является создание в среднем звене товародвижения необходимых условий для выхода на рынок преимущественно крупных товаропроизводителей и розничных торговцев. Это могут быть как специализированные на отдельных товарах, так и универсальные оптовые торговцы. Они могут иметь различный набор оказываемых услуг.

Посреднические оптовые структуры могут выступать в качестве предприятий-брокеров, предприятий-агентов (дистрибьюторов). Действуют они по поручению клиента и в основном за его счет. В качестве основного предмета их деятельности выступает и информационное обеспечение.

Организаторы оптового оборота — это товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки.

Они — важный элемент оптовой инфраструктуры, и основной их задачей является создание условий для организации оптовой торговли. Но они не выступают в качестве субъектов оптовой торговой деятельности.

1.4. Сущность, роль и функции оптовой торговли

Оптовой торговлей называется торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием.

Одни товары, реализуемые, например, для целей снабжения производственных предприятий, можно продавать только один раз — предприятием-изготовителем предприятию-потребителю (для профессионального использования). Другие же товары

продавать так не представляется возможными или экономически нецелесообразным. Они нуждаются во временных остановках на пути своего движения, в образовании там запасов, требующихся для бесперебойного удовлетворения покупательского спроса на них. Для подобных товаров возникает необходимость повторной продажи (перепродажи). Именно такая необходимость и приводит к созданию в сфере обращения различного рода сбытовых и торговых предприятий как субъектов этих повторных продаж и как звеньев движения товаров от места производства к месту потребления.

Использование посредников-оптовиков выгодно прежде всего для производителей товаров, так как в этом случае им приходится иметь дело с ограниченным кругом заинтересованных лиц по реализации своей продукции. Кроме того, обеспечивается широкая доступность товара при движении его непосредственно до конечного потребителя. С помощью посредников возможно значительно сократить количество прямых контактов производителей с потребителями продукции.

Участие же посредника в реализации продукции сокращает количество связей. Оптовые структуры обеспечивают эффективность торгового процесса.

Во-первых, мелкому производителю с ограниченными финансовыми ресурсами не под силу создать и содержать собственное сбытовое подразделение.

Во-вторых, даже располагая достаточным капиталом, производитель скорее предпочтет направить средства на развитие производства, а не на организацию оптовой торговли.

В-третьих, эффективность деятельности оптовиков окажется выше благодаря размаху операций, большему числу деловых контактов в сфере розничной торговли и наличию у них специальных знаний и умений.

В-четвертых, розничные предприятия, имеющие дело с широким товарным ассортиментом, нередко предпочитают закупать весь набор товаров у одного оптовика, а не по частям у разных производителей.

Очень важное значение имеет правильное понимание и практическое применение различных форм звенности оптовой торговли. Прежде всего нельзя отождествлять понятия оптовой торговли как экономической категории и аппарата оптовой торговли. Отсутствие обособленного оптового аппарата не говорит об отсутствии самой оптовой торговли. Первый акт обращения всякого товара совершается при продаже этого товара самим производственным предприятием.

У производственного предприятия при продаже товара народного потребления и образуется оптовый товарооборот. В результате этого акта товары переходят во владение или собственность торгового предприятия или организации, так как продажа их производственными предприятиями непосредственно населению практически невозможна и экономически нерациональна.

Участие в оптовой торговле различных звеньев торгового аппарата неизбежно вызывает повторные акты купли-продажи одного и того же товара. При участии в оптовых покупках только одного розничного звена товар продается уже два раза: первый раз производственным предприятием розничному предприятию; второй раз — розничным предприятием потребителю.

Но в этом случае еще не образуется звенности в оптовой торговле, она получается одноактной, или непосредственной, то есть совершаемой в порядке прямых связей между производственными и розничными предприятиями или организациями. Если же производственные предприятия будут продавать товары оптовому предприятию, а последнее — розничным предприятиям, то обращение товаров усложняется: каждый товар подвергается продаже внутри сферы обращения (не считая розничной продажи) уже не один, а два раза. Оптовая торговля в таких случаях примет двухактную, или однозвенную, форму. Разумеется, участие в оптовой торговле обособленного оптового звена при прочих равных условиях вызывает увеличение времени и издержек обращения, для обеспечения прибыльности оптовое звено делает наценку на товар. Поэтому применение однозвенной формы оптовой торговли вместо одноактной оказывается экономически оправданным только в тех

случаях, когда затраты на оптовое звено компенсируются существенным ускорением оборачиваемости товаров в розничном звене.

Практически имеет место широкое применение 2-, 3-, 4-звенной и более форм оптовой торговли, что существенно сказывается на конечной (розничной) цене товара.

Использование таких сложных форм оптовой продажи может быть обусловлено различной степенью концентрации производства и различными зонами потребления продукции данного производства.

Оптовая торговля может принимать различные формы звенности, расширяя или ограничивая сферу обращения данных товаров и количество актов купли-продажи в расчете на один товар.

В этом и заключается ее *особое значение как начальной стадии торговли* товарами народного потребления. Ее можно осуществлять эффективно, с минимальными издержками и незначительным увеличением цены на товары, а можно и легко допустить излишнее увеличение звенности, времени и издержек обращения, не удовлетворяя в то же время требованиям товароснабжения магазинов. Звенность оптового товарооборота можно измерить с помощью специального коэффициента, показывающего, сколько раз товар продается внутри сферы обращения. Вычисляется коэффициент звенности товарооборота путем отнесения всех сумм оптового и розничного товарооборотов к сумме розничного товарооборота.

Оптовый товарооборот может включать в себя складской товарооборот; транзитный товарооборот.

Складской товарооборот образуется при поставках товаров покупателям со складов оптовых предприятий.

Транзитный предусматривает отгрузку товаров поставщиком-изготовителем непосредственно в розничную торговую сеть или внерыночным потребителям, минуя склады оптовых предприятий, по их разрядкам в счет договора конкретного оптового предприятия.

Следует отличать транзитный товарооборот конкретного оптового предприятия от транзитного товародвижения, означающего

движение товара с производства непосредственно в магазин, без завоза на любые склады, розничных, оптовых или сбытовых предприятий.

Вид товарооборота — складской или транзитный — оптовое предприятие выбирает (согласовывает) при заключении с покупателями договоров поставки. При этом должны учитываться следующие главные факторы:

- 1) удельный вес в оптовом товарообороте товаров, производимых в зоне деятельности конкретного оптового предприятия и завозимых им из зон деятельности других оптовых предприятий;
- 2) сезонность производства и потребления товаров;
- 3) сложность ассортимента товаров и необходимость их предварительной подготовки в соответствии с требованиями розничных торговых предприятий и организаций;
- 4) размещение и специализация розничной торговой сети и состояние ее материально-технической базы;
- 5) минимальные транзитные нормы отгрузок товаров;
- 6) обеспеченность складскими площадями (емкостями);
- 7) развитие прямых договорных связей между производством, розничной торговлей и внерыночными потребителями.

Оптовая торговля является не просто посредником между производством и розничными торговыми предприятиями — она должна выступать активным организатором как по отношению к производству, так и к розничной торговле. От деятельности оптовой торговли во многом зависит состояние и совершенствование всей торговли.

Оптовая торговля выполняет целый ряд важных функций, дополняющих ее центральную распределительную функцию между производителями и потребителями.

В зависимости от вида и мощности оптового предприятия эти вспомогательные функции имеют различный удельный вес:

1. *Функция формирования ассортимента.* Оптовая торговля осуществляет закупки зачастую распыленных товаров вследствие специализации производства и дифференцированности спроса,

то есть она исследует предложение товаров и выбирает продукты для снабжаемого ею сегмента рынка по своему товарному ассортименту.

2. *Функция преодоления разрыва во времени.* Оптовая торговля осуществляет функцию преодоления временного разрыва между моментами производства и потребления, например, нерегулярный подвоз южных фруктов, поставки строительных материалов с весны до осени и т. д.

3. *Функция преодоления пространственного разрыва.* Функция преодоления расстояния между местом производства и местом потребления в любом случае является транспортной функцией, причем купленный товар может доставляться клиентам оптовой торговли или они могут забирать его сами на предприятии оптовой торговли.

4. *Функция формирования запасов* (функция обеспечения надежности). Служит для выравнивания колебаний спроса на различные товары в различные периоды времени.

5. *Функция гарантирования качества* (функция манипулирования). Означает, что оптовая торговля подготавливает товары к дальнейшей продаже. Это осуществляется путем сортировки, упаковки, смешивания ассортимента, очищения, то есть путем «манипулирования». Сюда относятся, например, разлив импортного вина, созревание фруктов, хранение сырья до достижения им зрелости для целей переработки (древесина, табак) и т. д.

6. *Функция выравнивания цен.* Заключается в использовании преимуществ по затратам благодаря скидкам при закупке больших партий товаров, транспортировке, упаковке, предложению товаров по сниженным ценам.

7. *Функция финансирования.* Преодоление разрыва во времени между закупкой товара и его оплатой представляет собой кредитную функцию. По поставке предоставляется краткосрочный кредит, если торговое предприятие вносит задаток. Покупатель получает кредит («товарный кредит»), если торговое предприятие осуществляет поставки на срок (в кредит).

8. *Функция исследования и освоения рынка.* Предприятие оптовой торговли выполняет важную задачу, осваивая для имеющихся товаров новые рынки или расширяя рынок путем рекламы.

9. *Функция хранения на складе.* Эта функция неразрывно связана с функцией преодоления разрыва во времени, поскольку ритмичность возникновения потребностей покупателей оптовой торговли зачастую не соответствует ритмичности предложения производителей. Например, большая часть яблок для производства сока собирается в октябре и поставляется на предприятия, производящие сок, оптовая же торговля должна быть готова к поставкам яблок прежде всего в летние месяцы. Это возможно лишь при наличии достаточных складских мощностей.

Важнейшее место в выполнении перечисленных функций принадлежит рациональной организации оптовой торговли, построению ее аппарата, укреплению и совершенствованию ее материально-технической базы. Развитию оптовой торговли в последние годы способствует ряд заметных тенденции в экономике:

1. Рост массового производства на крупных предприятиях, удаленных от основных потребителей готовой продукции.
2. Увеличение объемов производства впрок, а не для выполнения уже поступивших конкретных заказов.
3. Увеличение числа уровней промежуточных производителей и потребителей.
4. Обострение необходимости приспособлять товары к нуждам промежуточных и конечных потребителей с точки зрения количества, качества, разновидностей и упаковки.

Цель классификации — лучше понять сущность отдельных выделяемых видов предприятий оптовой торговли. При этом важно подчеркнуть, что никакое предприятие не может быть однозначно определено с использованием какого-либо одного (нескольких) признака.

Мировая практика выделила следующие *виды оптовой торговли*:

1. Торговля через оптовую закупочную сеть, к которой относятся биржи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки.

Осуществляет закупку урожая сельскохозяйственных культур, сырьевых материалов и других, подлежащих складированию товаров, таких как зерно, хлопок, шерсть, металлы, металлолом. Необходимо постоянное наблюдение за изменением конъюнктуры рынка (биржи, выставки, аукционы) для снижения риска, связанного с колебаниями цен;

2. Торговля по прямым производственным связям. Она обычно соединяет две последовательные стадии производственного процесса, особое значение имеет в торговле черными металлами и сталью;

3. Оптовая торговля сырьем и материалами. Данный вид оптовой торговли в свою очередь включает в себя:

- оптовую торговлю с централизованной доставкой товаров;
- оптовый торговец осуществляет снабжение товарами розничных торговцев, а также предоставляет им обширный сервис;
- оптовую торговлю с получением товаров у поставщика;
- клиент оптового торговца, розничный торговец или крупный потребитель самостоятельно забирают товар;
- оптовую торговлю (cash-and-carry) с оплатой наличными до приемки и транспортировки товара покупателем (оптовая торговля по форме самообслуживания);
- данный вид оптовых продаж производится постоянным потребителям (розничным торговцам, владельцам ресторанов и столовых), которые комплектуют свои заказы на складе по форме самообслуживания. Оплата товара осуществляется наличными (cash), клиент осуществляет погрузку и вывоз товара (carry) самостоятельно (самовывоз). Например, розничный торговец может ежедневно самостоятельно приобретать необходимое дневное количество овощей и фруктов на центральном рынке, аналогичную

- операцию проделывают рестораны, закупая на рынках партии овощей, рыбы, мяса и пр.;
- оптовая торговля со стеллажей (rackjobber). Крупные предприятия розничной торговли предоставляют оптовому торговцу торговые залы со стеллажами или площади на стеллажах. Торговец за свой счет осуществляет текущее наполнение стеллажей, как правило, несложными товарами и забирает обратно не проданные товары. Этим он снимает нагрузку с розничного торговца и дополняет его ассортимент.

По ассортименту различают следующие виды оптовой торговли:

1. Оптовая торговля товарами широкого ассортимента. В широком и неуглубленном ассортименте различных товарных групп потребитель находит предложение, отвечающее его спросу, например, оптовая торговля продовольственными товарами.

2. Специализированная оптовая торговля. Оптовый торговец формирует небольшой, но углубленный ассортимент товаров различного качества одной товарной группы и тем самым предоставляет потребителю широкий выбор товаров.

В табл. 1 представлена классификация предприятий оптовой торговли.

Признаки классификации можно систематизировать следующим образом:

1. По основной выполняемой функции.

Здесь могут иметь место два уровня: дислокация оптового предприятия относительно изготовителей и покупателей продукции; состав выполняемых услуг.

В зависимости от того, какое место в товародвижении от одного клиента до другого физически (территориально) занимает оптовое предприятие, возможны несколько вариантов: выходные оптовые базы осуществляют комплектование партий, упаковку, погрузку и отправку покупателям; торгово-закупочные базы (ТЗБ); уполномоченные торговые базы, например подакцизным товарам.

**Классификация предприятий оптовой торговли,
функционирующих на товарном рынке**

Признаки классификации	Содержание (группы)
1. Основная выполняемая функция	1. Закупка товаров у производителей одного района для продажи в различных районах. 2. Продажа потребителям одного района товара, приобретенного в различных районах
2. Специализация предприятия	1. Универсальные. 2. Смешанные. 3. Специализированные. 4. Узкоспециализированные
3. Район деятельности	1. Государство. 2. Экономический район. 3. Мезорайон. 4. Район
4. Ведомственная подчиненность	1. Министерство экономического развития и торговли. 2. Министерство сельского хозяйства. 3. Другие министерства и ведомства
5. Форма собственности оптового предприятия	1. Государственная, акционерная. 2. Кооперативная. 3. Частная
6. Приобретение права собственности на продаваемый товар	1. Оптовые предприятия, приобретающие право собственности на товар. 2. Оптовые предприятия, не приобретающие право собственности на товар

2. По специализации оптовых предприятий.

Практика различает несколько групп с точки зрения специализации. В оптовой торговле потребительскими товарами обычно выделяют четыре группы предприятий:

1. Смешанные.
2. Универсальные.
3. Специализированные.
4. Узкоспециализированные.

При этом в ассортименте смешанных предприятий имеются группы продовольственных и непродовольственных товаров; универсальных — большинство групп продовольственных или непродовольственных товаров; специализированных — одна или несколько товарных групп. Узкоспециализированные — осуществляют торговлю товарами одного предприятия. В практике снабженческо-сбытовых предприятий обычно выделяют три типа: универсальные, смешанные и специализированные.

В основе такого деления лежит продуктовый признак, а количество видов продуктов варьируется от многих групп до двух-трех и даже одной. Универсальными являются большинство ведомственных оптовых баз, а также расположенных в периферийных районах баз. Деление оптовых предприятий и граница между оптовыми группами являются в большей мере условными.

3. По району деятельности оптовых предприятий.

Данный признак характеризует географию клиентов оптового предприятия: продавцов и покупателей товара. Поскольку для оптовой торговли в нашей стране характерна преимущественная ориентация на покупателя (потребителя), район деятельности характеризует размещение последних и их принадлежность к тому или иному району. Можно выделить видовые группы оптовых предприятий, ориентированных на общегосударственный внутренний рынок:

- 1) Предприятия, имеющие зоной деятельности несколько мезорайонов (краев, областей, республик).
- 2) Предприятия, имеющие зоной деятельности один мезорайон.
- 3) Предприятия, имеющие зоной деятельности несколько районов.
- 4) Предприятия, имеющие зоной деятельности один район.

В этой связи в названиях баз оптовой торговли как потребительскими товарами, так и материально-технического снабжения часто присутствует слово-уточнение: «республиканская», «межобластная», «областная (краевая)», «межрайонная», «районная».

4. *По ведомственной принадлежности* предприятий оптовой торговли. Этот признак утратил свое былое значение, но по ряду оптовых структур еще имеет место.

5. *По форме собственности* оптового предприятия. В этом смысле можно выделить следующие основные виды оптовых предприятий, принадлежащие:

- 1) государству;
- 2) акционерам;
- 3) кооперативам;
- 4) частным лицам.

В общем объеме оптового товарооборота ведущая роль принадлежит акционерным оптовым предприятиям.

6. *По праву приобретенной собственности на товар.*

Характеризуя виды предприятий, действующих на оптовом рынке, необходимо исходить из того, что их функционирование или построение вбирает в себя в той или иной мере практически каждый из перечисленных признаков. В реальной рыночной среде имеется ряд разновидностей таких предприятий, отличающихся между собой специфическими организационными, технико-технологическими функциями, масштабом деятельности.

К числу оптовых предприятий наиболее значимых относятся:

1. Коммерческо-посреднические фирмы — оптовые предприятия, осуществляющие оптовую торговлю за свой счет и с привлечением кредитов как с собственных складов, так и со складов изготовителей и других оптовых посредников.

2. Оптовые базы. Это предприятия, организационно объединяющие склады, специализированные по техническим признакам перерабатываемой продукции, с едиными энергетическими, транспортными и другими коммуникациями, а также централизованными экспедиционными, вспомогательными службами, аппаратом управления, организующим складирование и отгрузку продукции.

3. Товарные биржи — организованные рынки биржевых товаров с установленными правилами и приема, фиксированным членством.

4. Оптовые магазины — оптовые предприятия, максимально приближенные к покупателям продукции.

5. Торговые дома — брокерские фирмы, которые осуществляют сделки с реальным товаром за собственный счет или за счет производителей, потребителей или других оптовых предприятий.

6. Ярмарки-выставки — периодически организуемые в установленном месте кратковременные оптовые рынки на основе осмотра образцов товаров.

7. Аукционы — особые рынки, созданные в определенных местах для продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами путем публичных торгов.

8. Брокерские конторы (фирмы, брокеры) — посреднические торговые предприятия, действующие в интересах своих клиентов за их счет (получая за это комиссионное вознаграждение) и в своих собственных интересах за свой счет.

9. Дилерские конторы (фирмы, дилеры) — посреднические предприятия (юридические или физические лица), совершающие за свой счет и от своего имени операции по передаче ценных бумаг, валюты и драгоценных металлов.

10. Коммивояжеры — разъездные представители торговых фирм, предлагающие покупателям товары по имеющимся у них образцам или каталогам.

11. Торговые и промышленные агенты — лица, действующие по поручению торговых (промышленных) предприятий или других лиц в качестве посредников в сбыте товаров или их рекламе на основании соглашения за фиксированную комиссию.

12. Ассоциативные добровольные объединения предпринимателей и коммерсантов. К ним, в частности, относятся торговые (торгово-промышленные) палаты. Торговые палаты, существующие в странах с рыночной экономикой, объединяют предприятия промышленности, сельского хозяйства, торговли, банковской системы в масштабах административно-территориальных единиц (областей, городов, районов).

Предлагая товары розничному продавцу через посредство перечисленных оптовых структур, оптовая торговля значительно снижает круг задач такого продавца по закупке товаров.

1.5. Роль, назначение, функции и классификация складов

Товарные склады являются одной из основных частей материально-технической базы торговли.

Склады представляют собой важнейшие структурные подразделения оптовых баз. Они предназначены для накопления и хранения товарных запасов, комплектования торгового ассортимента товаров и составляют основной комплекс сооружений предприятия оптовой торговли, а также значительную часть материально-технической базы розничной торговли. Кроме того, товарные склады могут функционировать и как самостоятельные структуры (организации), выполняющие весь комплекс торгово-технологических операций, связанных с поступлением, хранением и отпуском товаров оптовым покупателям.

Большинство складов выполняет следующие основные функции:

1. Они преобразуют крупные партии товаров, поступающие от производителей, в мелкие, с учетом потребностей торговых предприятий (комплектование заказов оптовых покупателей, товароснабжение розничной торговой сети).
2. Осуществляют накопление, хранение запасов товаров.
3. Подсортировку, фасовку, отгрузку, отпуск.
4. Контроль качества.

Товарные склады входят в состав оптовых объединений, предприятий или принадлежат непосредственно розничным торговым организациям, предприятиям.

Товарные запасы представляют собой часть валового продукта, которая должна находиться в каналах обращения в связи с тем, что производство и потребление продуктов, как правило, не совпадают во времени и в пространстве. Поэтому накопление

товарных запасов на складах является обязательным условием, обеспечивающим непрерывность товарного обращения.

Создание необходимых товарных запасов на складах способствует сокращению длительности пребывания товаров в каналах обращения, частому обновлению товарной массы, а также стимулирует развитие производства.

Запасы товаров, создаваемые на товарных складах, по своим размерам должны быть достаточными для бесперебойного снабжения розничных торговых предприятий в соответствии с потребностями потребителей.

По назначению и характеру накопления на складах товарные запасы делятся на:

1. *Текущие запасы* создают из товаров, которые в течение года равномерно поступают от производственного предприятия на склады и в розничную торговую сеть. Создание текущих запасов характерно для:

- кондитерских и макаронных изделий;
- безалкогольных напитков;
- большинства непродовольственных товаров.

2. *Сезонные запасы* создают в связи с разрывом, существующим между периодами производства и потребления товаров.

Например, запасы картофеля, плодов и овощей сосредотачивают в хранилищах в осенний период, а реализуют до нового урожая.

Сезонность накопления свойственна также запасам мяса, сыра, яиц, сахара, круп, ряду непродовольственных товаров, входящих в предметы гардероба.

3. *Запасы товаров досрочного завоза* сосредотачивают в районах Крайнего Севера, высокогорных районах и в других труднодоступных местностях, куда по климатическим и природным условиям завоз товаров возможен преимущественно в определенное время года.

4. *Резервные товарные запасы* концентрируют на торговых складах только по особому указанию органов государственного управления. Они поступают на ответственное хранение как

государственные резервы и без особого разрешения реализации не подлежат.

Поступление резервных запасов в обращение строго регламентировано и осуществляется, как правило, в тех случаях, когда на склады прибывают вновь выпущенные товары подобной ассортиментной структуры. Государственные резервы играют важную роль в маневрировании товарными ресурсами, устранении временных диспропорций в снабжении населения товарами, вызываемых стихийными бедствиями.

Накопление и хранение товарных запасов на складах имеют большое народно-хозяйственное значение и являются наиболее важными функциями товарных складов.

Для бесперебойного снабжения розничных торговых предприятий товарами *склады контролируют соблюдение уровня товарных запасов.*

Цель контроля:

- 1) обеспечить нормативную скорость оборота товаров, проходящих через склады;
- 2) выявить соответствие размеров товарных запасов спросу и потребностям покупателей;
- 3) способствовать систематическому увеличению товарных запасов в соответствии с ростом розничного товарооборота;
- 4) обеспечить ритмичный завоз товаров на розничные торговые предприятия.

Товарные склады призваны обеспечить оптимальные условия хранения запасов товаров с момента поступления их на склады до отпуска розничным предприятиям.

На складах для каждого вида товаров с учетом их физико-химических свойств создается оптимальный режим хранения: поддерживаются определенная температура и влажность воздуха; соблюдаются санитарно-гигиенические и другие требования.

Таким образом, сохранение потребительской стоимости товаров требует затрат живого и овеществленного общественного труда.

Одной из важнейших функций складов является организация контроля качества товаров.

Торговые склады выполняют роль основного заслона, который предотвращает проникновение в магазины недоброкачественных товаров, выпущенных промышленными предприятиями. На складах ведется систематическая проверка соответствия показателей качества продуктов требованиям стандартов, технических условий и других нормативных документов.

Подсортировка и фасовка товаров на складах проводятся в соответствии с требованиями покупателей. Централизация фасовки товаров на крупных складах (базах) оказывает существенное влияние на развитие сети магазинов самообслуживания. Функции складов, связанные с приемкой, перемещением и хранением товаров, их подсортировкой, фасовкой и упаковкой, представляют собой продолжение процесса производства товаров в сфере обращения. С формированием и подбором ассортимента товаров и отпуском их розничным предприятиям связаны функции размещения и укладки товаров в складских помещениях. Товарные склады через оптовые торговые предприятия воздействуют на промышленность с целью повышения качества продуктов, исходя из требований стандартов и потребностей населения.

Наряду с тщательной проверкой качества поступающих товаров на складах проводится *их приемка по количеству*.

Товарные склады, размещаясь на путях товародвижения, призваны способствовать его рационализации, устранению повторных, встречных и излишне дальних перевозок.

Выступая в качестве оптовых звеньев на пути движения товаров от производственных предприятий к потребителям, склады превращают промышленный ассортимент в торговый.

В табл. 2 приведена классификация складов по признакам классификации.

Развитие складского хозяйства идет по пути создания крупных механизированных и автоматизированных предприятий, позволяющих:

- хранить необходимые запасы товаров;
- рационально размещать складские звенья на путях товародвижения;

- повышать эффективность использования основных фондов;
- экономить издержки обращения;
- улучшать снабжение товарами розничных торговых предприятий.

Таблица 2

Классификация складов

Признаки классификации	Виды складов
1. Характер выполняемых функций	Подсортировочно-распределительные Распределительно-накопительные Долгосрочного хранения Сезонного хранения Долгосрочного хранения и завоза Временного хранения Транзитно-перевалочные
2. По ассортименту товаров	Универсальные Специализированные
3. По режиму хранения товара	Общетоварные Специальные
4. По форме использования	Отдельного ведомственного Совместного кооперированного Общего пользования
5. По строительно-техническим признакам	Открытые, полузакрытые, закрытые Одно-, многоэтажные Охлаждаемые, неутепленные, утепленные Сгораемые, полусгораемые, несгораемые
6. С учетом внешних транспортных связей	Пристанские Прирельсовые С автомобильной развязкой Смешенные
7. По степени механизации	Автоматизированные Комплексно-автоматизированные С применением средств малой механизации

Накопление, хранение, подсортировка и реализация запасов товаров — характерные функции всех складов.

Между тем удельный вес отдельных функций и конкретных операций на различных складах не одинаковы. На большинстве складов значительный удельный вес занимают операции, связанные с хранением запасов товаров. На других складах преобладают подсортировочные операции. Некоторые склады предназначены для кратковременного хранения и перееотправки товаров.

Одним из основных признаков классификации складов является характер преимущественно выполняемых ими функций. Признаком разделения складов на виды является также их товарная специализация. Склады специализируют:

- 1) в целях создания оптимальных условий для бесперебойного снабжения товарами розничных торговых предприятий;
- 2) с учетом особенностей приемки по качеству, количеству техники хранения определенных видов товаров, степени сложности их ассортимента, объема и структуры покупательных фондов населения, организационного построения оптовой и розничной торговли.

Склады подразделяются по:

- по техническому признаку;
- организационным условиям;
- административной принадлежности и эксплуатации;
- формам пользования;
- размеру складской площади;
- близости к железнодорожным и водным путям сообщения.

В зависимости от характера выполняемых функций склады делят на подсортировочно-распределительные; сезонного хранения товаров; долгосрочного хранения товаров; транзитно-перевалочные.

Подсортировочно-распределительные склады относятся к наиболее распространенному виду товарных складов и имеют значительный удельный вес в складском товарообороте. Такие склады имеются как у оптовых объединений, предприятий, так и у розничных торговых организаций.

К их основным технологическим операциям относятся:

1. Приемка от производственных предприятий и поставщиков укрупненных партий товаров.
2. Разделение их на мелкие партии товаров.
3. Направление в сортированном виде розничным торговым предприятиям.

На таких складах сосредоточивают, как правило, текущие товарные запасы, *хранение которых является относительно непродолжительным*. Здесь основное место занимают такие технологические операции, как подсортировку, переупаковку, фасовку, проверку качества; проверку количества получаемых и реализуемых товаров.

Функция хранения на подсортировочно-распределительных складах носит в основном вспомогательный характер.

На складах сезонного и долгосрочного хранения находятся в основном сезонные запасы товаров досрочного завоза и резервные товары. Основная функция этих складов — хранение.

Устройство и оборудование складов сезонного и долгосрочного хранения обеспечивают в течение продолжительного времени качественную и количественную сохранность товаров в соответствии с их физико-химическими свойствами. Такие склады имеют большинство оптовых объединений и предприятий, а также ряд розничных торговых организаций. Наряду с функцией хранения они выполняют вспомогательные технологические операции, связанные с приемкой и отпуском товаров: переупаковку, подсортировку, переборку, фасовку и др.

Транзитно-перевалочные склады осуществляют в основном такие технологические операции, как приемку, кратковременное хранение, отпуск грузов.

В них отсутствуют специальные устройства и оборудование для продолжительного хранения товаров и проведения подсортировочных операций. Такие склады предназначены в основном для переотправки товаров из районов производства в пункты потребления различными видами транспорта. Товары через них проходят в оптовой таре преимущественно без распаковки.

Транзитно-перевалочные склады имеются в основном на оптовых предприятиях и обычно размещены на железнодорожных товарных станциях; в морских и речных портах.

Это способствует рациональному выполнению операций по приемке и дальнейшей переотправке укрупненных партий грузов.

Товарная специализация складов устанавливает, какие виды или группы товаров преимущественно проходят через склады. По этому признаку склады подразделяют на узкоспециализированные, специализированные, неспециализированные.

К узкоспециализированным относят склады, выполняющие технологические операции по приемке, хранению и отпуску одного вида товара простого ассортимента:

1. Склады для сахара, соли.
2. Хранилища для картофеля, лука, моркови, растительного масла.

Специализированные склады выполняют технологические операции с определенной группой товаров, включающей значительное количество разновидностей. К специализированным относят склады кондитерских изделий, бакалейных товаров, винно-водочных изделий, консервов, молочных, мясных, рыбных, текстильных, обувных и других товаров.

Неспециализированные склады предназначены для хранения и проведения разных технологических операций с двумя-тремя или несколькими группами товаров. К ним относят склады бакалейно-кондитерских; гастрономических; мясо-рыбных; плодоовощных и других товаров.

Неспециализированными также являются смешанные склады, которые предназначены для хранения любых продовольственных и непродовольственных товаров.

Технический признак классификации складов положен в основу разделения их на общетоварные, специальные.

Общетоварные склады используют в основном для не скоропортящихся продовольственных и непродовольственных товаров, не требующих особых условий хранения.

Специальные склады оборудованы устройствами для сезонного и долгосрочного хранения товаров. К специальным складам относятся холодильники; плодоовощехранилища; хранилища для растительного масла, соли, являющиеся складами длительного хранения товаров.

В зависимости от формы использования различают склады отдельные (ведомственные); совместного (кооперированного) пользования; общего пользования.

Склады отдельного пользования находятся в ведении одной торговой организации. Они характерны для всех организаций торговли. Среди складов, разделяемых по формам пользования, они занимают основное место.

Склады отдельного пользования подразделяют на собственные и арендованные.

К *собственным* относят склады, которые находятся на балансе торговой организации или предприятия.

Арендованные склады находятся у торговых организаций и предприятий во временном пользовании. Арендуют склады, как правило, у некоторых организаций и предприятий на сроки, установленные договором. За эксплуатацию таких складов с торговых организаций или предприятий взимается арендная плата.

Склады совместного или кооперированного пользования принадлежат нескольким торговым организациям, предприятиям. Их сооружают на объединенные средства таких организаций или предприятий, что позволяет значительно снизить расходы на строительство и создать крупные складские хозяйства.

Торговым организациям или предприятиям, на средства которых ведется строительство, отводят согласно договору определенные складские здания или площадь, а управление и хозяйственное обслуживание централизуются.

Это дает возможность сократить расходы на содержание административных, оперативных и вспомогательных работников, эксплуатацию складских помещений; создает оптимальные условия для рациональной организации системы снабжения товарами розничных торговых предприятий.

Склады совместного и общего пользования имеют незначительный удельный вес.

К складам общего пользования относят специально построенные складские здания, помещения которых сдают во временную эксплуатацию любой нуждающейся в складской площади торговой организации. Помещения этих складов могут быть арендованы торговыми организациями или предоставлены грузовладельцами на условиях определенной платы за хранение товаров в зависимости от рода груза и срока хранения.

Склады общего пользования торговые организации используют для хранения сезонных запасов товаров.

В зависимости от близости к железнодорожным или водным путям сообщения склады соответственно называют прирельсовыми; пристанскими.

Такое количество видов торговых складов определяется их ролью в процессе товарного обращения.

1.6. Виды складских сооружений и оборудование складов

Выбор складского здания, его площадь и емкость, а также характер складских помещений и их размеры зависят от объема и ассортиментной структуры складского товарооборота и товарных запасов.

Характер и объем технологических операций определяют состав складских помещений.

В зависимости от физико-химических свойств товаров выбирают материалы для стен складов, их толщину; создают определенный гидротермический и световой режимы; устраивают вентиляцию помещений; проводят определенные санитарно-гигиенические мероприятия.

Все это определяет устройство складов, их конструктивные особенности.

Складские сооружения, предназначенные для хранения товаров, подразделяют на закрытые, полужакрытые, открытые.

Закрытые склады — это наиболее сложные по техническому устройству здания, которые являются основным видом складских сооружений.

Закрытые склады классифицируют по утепленности; количеству этажей; материалу стен; огнестойкости.

По утепленности закрытые склады делят на три типа:

1. Неутепленные. Используют в основном для хранения товаров в стеклянной, мягкой и другой таре. Эти склады сооружают без чердачного покрытия, утепленного пола и дверных тамбуров. Толщина кирпичных стен — в один кирпич, каменных и железобетонных — до 25 см.

2. Утепленные (неотапливаемые и отапливаемые). Утепленные (неотапливаемые) склады имеют чердачные или совмещенные с кровлей утепленные покрытия, дверные тамбуры, утепленные полы. Кирпичные стены таких складов имеют толщину в два кирпича, каменные и железобетонные — 40 см. На таких складах создают условия для защиты товаров от резких колебаний внешней температуры и влажности воздуха.

В них можно хранить муку, крупу, бобовые, зернофураж, мыло, спички, ряд непродовольственных товаров, которые не портятся при температуре ниже 0 °С, но теряют качество при резких колебаниях температуры и влажности.

На отапливаемых складах благодаря отопительным и вентиляционным устройствам создается возможность поддерживать нужную температуру и влажность.

Такие склады предназначены для хранения товаров, нуждающихся в устойчивой плюсовой температуре и определенной относительной влажности воздуха, — кондитерских изделий, сахара, чая, кофе, какао, меда, пищевых концентратов, плодоовощных консервов, пряностей, приправ, пушно-меховых и радиотоваров и т. п.

3. Охлаждаемые. К охлаждаемым относятся склады-холодильники, имеющие устройство для поддержания в камерах хранения товаров минусовой температуры. Охлаждаемые склады

предназначены для хранения скоропортящихся товаров (мясо, рыба, молочные продукты и др.).

Полузакрытые складские сооружения называют навесами и по конструктивным особенностям делят на два типа:

- навесы без стен, с крышей, укрепленной на столбах;
- навесы с одной, двумя и тремя стенами, которые возводят со стороны господствующих ветров.

К открытым складским сооружениям относятся грунтовые площадки площадки-эстакады; площадки-платформы.

Полузакрытых и открытых складов в торговле немного. Их используют в основном для хранения тары или товаров в контейнерах и другой транспортной таре.

По количеству этажей различают складские здания одно-, двух-, трех-, многоэтажные.

Перечисленные виды складских зданий могут иметь или не иметь подвального помещения.

Практика отечественного и зарубежного строительства торговых складов отдает предпочтение одноэтажным складам. Отсутствие на таких складах лестничных маршей, междуэтажных перекрытий, шахт электрических подъемников (лифтов) и других устройств, связанных со строительством многоэтажных складов, дает возможность лучше использовать складскую площадь и объем здания.

На одноэтажных складах:

1. Ниже стоимость строительства одного кубического метра здания.
2. Дешевле подъемно-транспортные и погрузочно-разгрузочные работы (в частности, отпадает необходимость установки дорогостоящих грузовых лифтов).
3. Предоставляется значительно больше возможностей для увеличения фронта внешних погрузочно-разгрузочных работ.
4. Пол опирается на грунт и выдерживает нагрузку от 2 до 4 т/м², поэтому товары можно укладывать на значительно большую высоту. Это преимущество позволяет сооружать

склады, холодильники, овоще-, картофе-, фруктохранилища.

5. С высотой хранения свыше 7 м создается возможность сделать шаг колонн более 12 м, уменьшить их габариты.

Одноэтажные склады:

6. Более экономичны благодаря использованию механизмов.
7. Менее сложны и дешевы в эксплуатации.

В настоящее время проектируют в основном одноэтажные складские здания. Проектирование многоэтажных зданий допускается при наличии специальных технико-экономических обоснований, если под строительство отводятся сравнительно небольшие и дорогие земельные участки или участки с резко выраженным рельефом, а также при необходимости соблюдения единства архитектурного ансамбля города.

Подвальные помещения, размещенные под всем зданием склада или некоторой его частью, предназначены для товаров, хранить которые необходимо при умеренной плюсовой температуре (6–8 °С) и повышенной относительной влажности воздуха (до 90–95 %). Такой режим хранения создается в подвалах без особых затрат в любое время года.

Подвальные помещения используют для хранения повидла, джема, варенья, растительного масла в бочках, соленой рыбы и других продуктов.

По материалу стен и огнеопасности склады делят на огнестойкие (несгораемые); полугонестойкие (полусгораемые); сгораемые.

Выбор вида складского здания зависит от структуры товарооборота и товарных запасов; физико-химических и биологических свойств товаров.

При этом необходимо руководствоваться принципом экономической целесообразности хранения товаров. Например, на отапливаемых складах нецелесообразно хранить муку, крупы, зернофураж, табачные изделия и другие товары, которые можно хранить на утепленных (не отапливаемых) складах. Охлаждаемые склады нецелесообразно использовать для хранения нескоропортящихся продовольственных товаров и т. д.

Торговые склады оснащают оборудованием:

- общетехническим;
- технологическим;
- различными устройствами.

К общетехническому относится отопительное, вентиляционное, противопожарное оборудование, устройства для искусственного освещения, водоснабжения и канализация.

Технологическое оборудование необходимо для складских операций и включает оборудование для укладки, хранения, погрузки, разгрузки, транспортировки товаров и др.

Общетехническое оборудование непосредственно связано с устройством складов и вписывается в конструктивные элементы зданий. Оно придает складам техническую законченность и создает условия для использования их по прямому назначению. На складах применяется водяное центральное отопление с радиаторами, имеющими гладкую поверхность. Водяная система отопления имеет преимущество перед паровой, так как обеспечивает более равномерный нагрев приборов отопления. В последнее время на складах получило распространение воздушное отопление. С помощью кондиционеров в складские помещения подается воздух требуемой температуры, влажности и чистоты, что создает благоприятные условия для хранения товаров и выполнения складских операций.

Вентиляционные устройства наряду с отопительными играют существенную роль в создании режима хранения, соответствующих физико-химическим свойствам товаров. По способу воздухообмена различают естественную и механическую (искусственную) вентиляцию.

По направлению движения воздуха — вытяжную, приточную и приточно-вытяжную. Естественная вентиляция осуществляется с помощью форточек, фрамуг, дверей за счет разности удельного веса наружного и внутреннего воздуха, а также под воздействием ветра.

На складах, где не выделяются тяжелые испарения и загрязнение воздуха происходит медленно, достаточно проводить

проветривание через двери, окна, фрамуги. На складах, где хранят такие продовольственные товары, как соленая рыба, табачные изделия, хозяйственное мыло, специи, кофе и т. п., выделяющиеся пары тяжелее воздуха.

Та же ситуация складывается в подвальных помещениях, и особенно в овощехранилищах. Поэтому здесь наряду с естественной целесообразно применять механическую вентиляцию, которая осуществляется различными вентиляторами, приводимыми в действие от электродвигателя.

В городах водоснабжение складов осуществляется в основном от общегородских водонапорных установок.

Расход воды рассчитывают по количеству работающих в смену исходя из следующих нормативов:

- на питьевые и хозяйственные нужды — 25 л на одного работника;
- для душевых — 40 л.

Канализация устраивается только на отапливаемых складах.

Для искусственного освещения складов используют преимущественно электрические лампы накаливания.

Существуют три системы освещения: общая, местная и дежурная. При общем освещении светильники, то есть лампы с арматурой, размещают под потолком складских помещений; в этом случае освещается в основном вся площадь склада.

Местное освещение предназначено для определенных рабочих мест.

Склады оснащают товарными, автомобильными и вагонными весами.

Для размещения продовольственных товаров на хранение требуются специальные устройства — подтоварники, поддоны, стеллажи, закрома, контейнеры, кронштейны и др.

Для транспортировки и хранения продуктов используют тару-оборудование. Особенно широко применяют ее для хранения и перевозки картофеля.

Тара-оборудование может быть со съемными или несъемными стенками, складной и сборно-разборной.

1.7. Складской технологический процесс и принципы его организации

На складах осуществляется целый комплекс разнообразных последовательно выполняемых операций:

1. Поступление.
2. Хранение.
3. Отпуск товаров.

Эти операции в совокупности составляют складской технологический процесс. Содержание и объем складского технологического процесса зависят от вида склада, физико-химических свойств товаров, хранящихся на нем, объема грузооборота и других факторов.

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. Далее следуют операции, связанные с отпуском товаров покупателям:

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

Существенное влияние на общую продолжительность процесса товародвижения оказывает скорость выполнения технологического складского процесса, которая зависит от задач и функций,

выполняемых складом, условий поставки товаров и степени механизации складских операций;

Технология выполнения складских операций в определенной мере зависит от особенностей устройства складских помещений и их размеров, внутренней планировки складов и оснащения складов оборудованием для хранения товаров.

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

1. Планомерность и ритмичность.
2. Рациональная организация товарного потока.
3. Эффективное использование средств труда.
4. Механизация и автоматизация складских операций.
5. 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 операции по разгрузке, приемке, хранению и отпуску товаров; более производительнее использовать складские площади, транспортные средства и рабочую силу. Ритмичность технологического процесса предполагает повторяемость всего цикла и отдельных операций в равные отрезки времени. Соблюдение ритмичности в работе способствует равномерному распределению рабочего времени, 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. Пути движения товаров должны быть максимально выправленными как в горизонтальном, так и в вертикальном направлениях. Такая организация товарного потока обеспечивает сокращение длительности выполнения отдельных операций и требует меньших затрат на перемещение грузов.

Принцип эффективного использования средств труда предполагает оптимальное использование площади, емкости и оборудования складов.

Важную роль в рациональной организации и осуществлении технологического процесса играют механизация и автоматизация складских операций. В механизации и автоматизации складских операций заложены огромные резервы роста производительности труда складских работников; повышения эффективности использования площади и емкости складов; ускорения погрузочно-разгрузочных операций; сокращения простоев транспортных средств; обеспечение полной сохранности свойств товаров.

Одним из условий рациональной организации складского технологического процесса является четкое распределение обязанностей между работниками, выполняющими соответствующие операции создающими определенные условия хранения.

Задания для самопроверки

1. Раскройте понятие и сущность процесса товародвижения в торговле.
2. Назовите и охарактеризуйте факторы, влияющие на процесс товародвижения в торговле.
3. На практике находят применение формы товародвижения, опишите их.
4. Назовите виды технологий, типовых технологических операций в торговле.
5. Назовите, какие бывают формы и звенность торговли.
6. Опишите этапы торговли на розничном и оптовом предприятиях.
7. Раскройте роль, функции и классификацию складов.
8. Раскройте сущность, роль и функции оптовой торговли.
9. Опишите классификацию предприятий розничной торговли.

Тесты

1. Необходимость в товародвижении обуславливает фактор несовпадения мест (пунктов) производства и мест (районов) личного _____ (*выбрать нужное выражение*).

- 1) снабжения;
- 2) потребления;
- 3) проживания.

2. Организаторы оптового оборота — вид оптовых предприятий это:

- 1) товарные биржи;
- 2) оптовые ярмарки;
- 3) аукционы;
- 4) оптовые продовольственные рынки;
- 5) дистрибьюторы.

Выбрать неверное выражение.

3. Услуги в торговле уменьшают денежную стоимость товара. Верно ли данное утверждение?

Да Нет

4. Основные функции торговых предприятий:

- 1) коммерческие;
- 2) организационно-технологические;
- 3) информационные.

Указать неверное выражение.

5. Состав и взаимодействие элементов, входящих в предприятие и обеспечивающих сохранение его свойств при внешних и внутренних воздействиях это:

- 1) функции предприятий;
- 2) структура предприятий;
- 3) снабжение предприятий.

Выбрать верное определение.

Задачи

Задача 1

Рассмотреть варианты товародвижения и выполнить задания.

Таблица 3

Исходные данные

Показатели	Единицы измерения	Значение показателя
Тариф на перевозку 1 т груза железнодорожным транспортом в универсальном вагоне: – до 500 км; – до 1000 км	руб. руб.	100,75 120,50
Сдельный тариф на перевозку грузов автомобильным транспортом (км)	руб./т	20,0
Тариф на ручные погрузочно-разгрузочные работы в Москве	руб./т	38,5
Тариф на механизированные погрузочно-разгрузочные работы в Москве	руб./т	21,3
Уровень механизации складских работ	%	40
Стоимость использования 1 м ² грузовой площади распределительного склада в Москве	руб./год	1200
Площадь распределительного склада в Москве	м ²	120
Порожний пробег рассчитывается исходя из 50 %-й стоимости загруженного автомобильного транспорта		
Тариф на механизированные и ручные погрузочно-разгрузочные работы в Твери и Владимире ниже на 20 %		
Объем партии, доставляемой: – в Москву; – во Владимир; – в Тверь	т	100 200 200

Базовый вариант

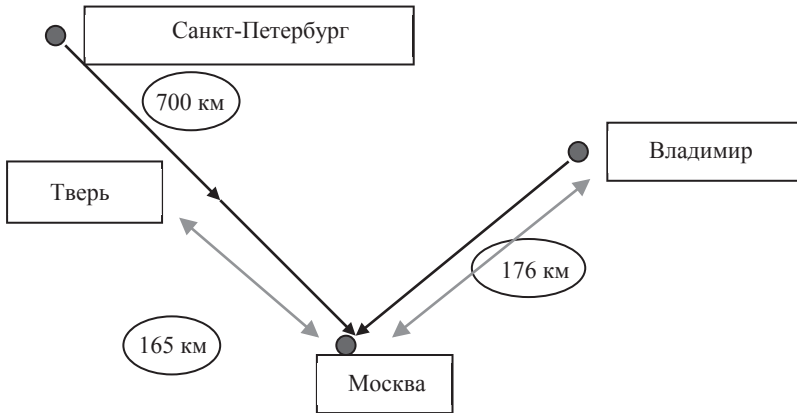


Таблица 4

**Базовый вариант
Расчет исходных данных**

Расходы	Расчеты	Ответы
Стоимость доставки грузов по железной дороге из Санкт-Петербурга до Москвы		
Стоимость разгрузки на складе в Москве (при получении) – ручной; – механизированной		
Стоимость погрузки на складе в Москве при транспортировке – во Владимир; – в Тверь		
Стоимость автомобильной доставки груза с учетом порожнего пробега транспорта до складов: – во Владимире; – в Твери		

Окончание табл. 4

Расходы	Расчеты	Ответы
Стоимость разгрузки груза при получении на складе: – во Владимире; – в Твери		
Стоимость аренды склада в Москве		
Всего расходов		

Вариант 1

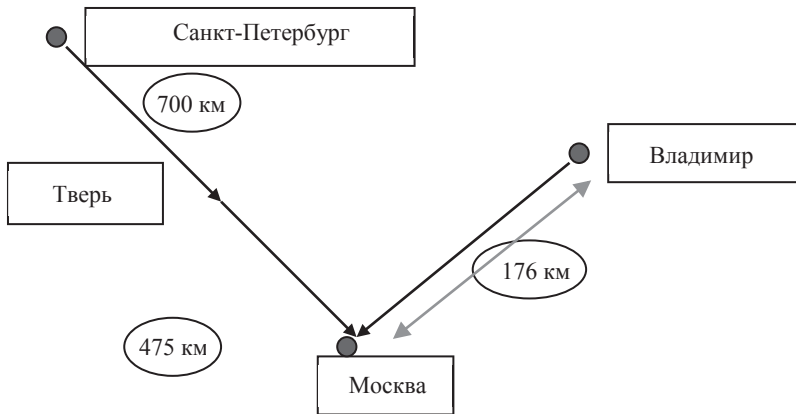


Таблица 5

Анализ схем товародвижения

Вариант	Недостатки	Преимущества
Базовый вариант		
Вариант 1		
Вариант 2		

Вариант 2

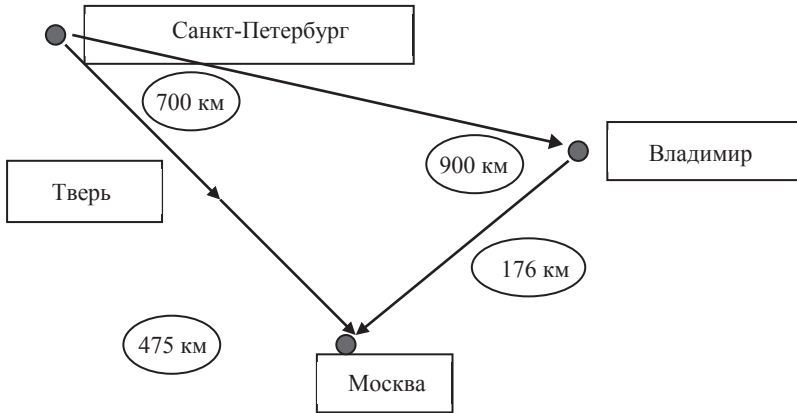


Таблица 6

**Расчет исходных данных
Вариант I**

Расходы	Расчеты	Ответы
Стоимость доставки грузов железнодорожным транспортом из Санкт-Петербурга до: – Москвы; – Владимира; – Твери		
Стоимость погрузочно-разгрузочных работ на складе в Москве: – механизированных; – ручных		
Стоимость ручных погрузочно-разгрузочных работ на складе с учетом 20 %-й скидки: – во Владимире; – в Твери		
Всего расходов		

Исходные данные для решения задач представлены в табл. 7

**Расчет исходных данных
Вариант II**

Расходы	Расчеты	Ответы
Стоимость доставки грузов по железной дороге из Санкт-Петербурга до Твери		
Стоимость ручной разгрузки на складе в Твери с Учетом 20 % скидки		
Стоимость доставки грузов железнодорожным транспортом из г. Санкт-Петербурга до г. Москва		
Стоимость разгрузки на складе в Москве: – механической; – ручной; – всего		
Стоимость автомобильной доставки груза до Владимира (порожний пробег транспорта — 50 % от полной стоимости)		
Стоимость разгрузки груза на складе во Владимире с Учетом 20 % скидки		
Аренда склада в Москве		
Всего расходов		

Рассчитать экономическую эффективность процесса товародвижения по действующему (базовому) и предлагаемым вариантам, выражающуюся в сумме уменьшения совокупных доходов, связанных с организацией товародвижения. Сформулировать вывод.

Задача 2

1. Рассчитать емкость общетоварного склада и площадь его помещений для хранения продовольственных товаров и начертить схему внутренней планировки. Дать описание технологического процесса склада и составить перечень оборудования, необходимого для рациональной организации этого процесса.

Данные условия приведены в табл. 8.

Условия задачи

Товары и товарные группы	Средние товарные запасы (Зсв) вагоны					Распределение запасов по способам хранения, %		Товарные запасы (Зсд), дни
	варианты					штабеля (Дш)	стеллажи (Дс)	
	1	2	3	4	5			
Кондитерские изделия	55	45	35	25	15	80	20	20
Прочие продовольственные товары (водка, вино и др.)	124	100	90	80	55	75	25	25
Спички	7	6	5	4	3	100	—	36
Табачные изделия	15	12	10	8	6	90	10	30
Бакалея	90	60	50	40	28	100	—	25
В том числе сахарный песок и крупа	16	14	12	6	4	—	—	25

Примечание.

25 % сахарного песка и крупы реализуется нерасфасованными (в мешках) госбюджетным учреждениям и предприятиям общественного питания; остальная часть этих товаров поступает в розничную сеть только в расфасованном виде. Техническая норма загрузки вагона сахарным песком и крупой — 20 т.

Приведенные данные необходимы для расчетов площади фасовочного помещения.

2. Коэффициент неравномерности образования товарных запасов (Кнз) составляет 1,2.

3. Коэффициенты распределения грузооборота склада по видам транспорта (табл. 9):

Таблица 9

Показатели грузооборота

Прибытие грузов (Ктп)	Отправление грузов (Кто)	Показатель
Автомобильный	0,2	1,0
Железнодорожный	0,8	—

4. Коэффициент неравномерности поступления товаров на склад ($K_{нп}$) равен 1,5; коэффициент неравномерности отпуска товаров со склада ($K_{но}$) — 1,2.

5. Высота укладки (B_u) товаров на складе — 5 м.

6. Нормативы запасов грузов, временно размещаемых в экспедициях ($Z_э$), в днях грузооборота склада: в экспедиции со стороны железнодорожной платформы — 0,5 дня по поступлению грузов ($Z_{эжп}$); в экспедиции со стороны автомобильной платформы — 0,5 дня по поступлению грузов ($Z_{эап}$) и 1 день по отпуску грузов ($Z_{эао}$).

7. Производительность фасовочного агрегата ППР-1 — 3,5–4 т в смену.

8. Расчеты производят с точностью до 0,1.

Методика решения задачи

1. Рассчитывают максимальные товарные запасы в вагонах по каждой группе товаров (формула 1):

$$Z_m = Z_{св} \cdot K_{нз}. \quad (1)$$

2. Максимальные товарные запасы распределяют по способам хранения — в штабелях ($Z_{мш}$) и на стеллажах ($Z_{мс}$) в соответствии с их долями в общих запасах (в %).

3. На основе данных о максимальных запасах товаров в вагонах ($Z_{мш} + Z_{мс}$) и нормоемкости на один вагон хранимых товаров ($Н_{еш} + Н_{ес}$) определяют необходимую полезную емкость склада (в m^3) по каждой группе товаров, отдельно при хранении товаров в штабелях ($E_{ш}$) (формула 2) и на стеллажах ($E_{с}$) (формула 3) и общую емкость по обоим способам хранения ($E_{ог}$) (формула 4):

$$E_{ш} = Н_{еш} \cdot Z_{мш} \quad (2)$$

$$E_{с} = Н_{ес} \cdot Z_{мс} \quad (3)$$

$$E_{ог} = E_{ш} + E_{с}. \quad (4)$$

Затем рассчитывают полезную емкость всего склада ($E_{по}$) (формула 5):

$$E_{по} = \sum E_{ог}. \quad (5)$$

Расчеты производят путем заполнения табл. 10.

Таблица 10

Результаты проведенных расчетов

Товарные группы	Максимальные товарные запасы (Зм), вагоны	Распределение запасов по способу хранения (Зм)				Нормы емкости на один вагон хранимых грузов, м ³		Полезная емкость склада для хранимых грузов, м ³		
		Штабеля (Змш)		Стеллажи (Змс)		В штабелях (Неш)	На стеллажах (Нес)	Штабеля (Нш)	Стеллажи (Нс)	Итого (Еог)
		%	Вагоны	%	Вагоны					
Кондитерские изделия										
Прочие продовольственные товары (водка, вино и др.)										
Спички										
Табачные изделия										
Бакалея										
В том числе сахарный песок и крупа										
						Всего по складу (Епо)				

4. Исходя из полезной емкости склада (Еог и Епо) (в м³) и высоты укладки (Ву) товаров на складе (в м), приведенной в условии задачи, определяют полезную площадь склада (в м²) по каждой товарной группе (Ппг) (формула 6) и всего (Ппо) (формула 7):

$$\text{Ппг} = \text{Еог} : \text{Ву} \quad (6)$$

$$\text{Ппо} = \text{Епо} : \text{Ву}. \quad (7)$$

5. Рассчитывают площадь экспедиции. Для этого вначале определяют средний однодневный грузооборот склада по каждой товарной группе (в вагонах) (формула 8):

$$\text{Гог} = \text{Зсв} : \text{Зсд} \quad (8)$$

и затем общий средний однодневный грузооборот склада (в вагонах) (формула 9):

$$Гос = \Sigma Гог. \quad (9)$$

Определяют максимальный однодневный грузооборот склада (в вагонах) по поступлению (Гмп) (формула 10):

$$Гмп = Гос \cdot Кнп \quad (10)$$

и по отпуску (Гмо) (формула 11):

$$Гмо = Гос \cdot Кно. \quad (11)$$

Исходя из максимального однодневного грузооборота склада по поступлению и отпуску (Гмп и Гмо) в вагонах, распределения грузооборота по видам транспорта (Ктп и Кто), нормативов запасов грузов в экспедициях (Зэ) в днях грузооборота и нормы площади экспедиции (Нпэ) (в м²) на 1 вагон грузооборота склада рассчитывают площади экспедиций склада отдельно со стороны железнодорожной (Пэж) (формула 12) и автомобильной платформ (Пэа) (формула 13):

$$Пэж = Гмп \cdot Ктп \cdot Зэжп \cdot Нпэ \quad (12)$$

$$Пэа = (Гмп \cdot Ктп \cdot Зэап + Гмо \cdot Кто \cdot Зэао) \cdot Нпэ. \quad (13)$$

Общая площадь экспедиции (Пэо) (формула 14) составит:

$$Пэо = Пэа + Пэж. \quad (14)$$

6. Рассчитывают общую площадь склада (Псо) (формула 15), включающую полезную площадь для хранения товаров и площадь экспедиций:

$$Псо = Ппо + Пэо. \quad (15)$$

По данному показателю устанавливают численность персонала проектируемого склада.

7. Рассчитывают площадь фасовочной (Пф) и результаты вносят в табл. 11.

Расчет площади фасовочного помещения

Запасы товаров (сахар, крупа)		Техническая норма загрузки вагона, т	Подлежат фасовке			Производительность фасовочного агрегата ППР-1 в смену, т	Необходимое количество агрегатов ППР-1, шт.	Площадь занимаемая одним агрегатом ППР-1 (Нлф), м ²	Площадь фасовочной (Пф), м ²
Всего (Зев)	В том числе подлежащие фасовке		Запасы товаров, т	Запасы товаров, дни	Однодневные товарные запасы, т				
	%	вагоны							

8. На основе нормы площади на одного упаковщика (Нпу), приведенной в *Приложении 1*, и данных о численности, упаковщиков (Чу) для склада рассчитанной площади (Псо), приведенных в *Приложении 2*, рассчитывают площадь упаковочной (Пу) (формула 16):

$$Пу = Нпу \cdot Чу. \quad (16)$$

На складе специальное помещение для упаковки товаров не предусматривается. Рассчитанная площадь распределяется в соответствии с долями кладовых для хранения товаров соответствующих групп в общей полезной площади склада (Ппо).

9. Рассчитывают площадь грузовых коридоров склада (Пкг), соединяющих кладовые с экспедициями (формула 17):

$$Пкг = (Ппо + Пу) \cdot Нкг/100. \quad (17)$$

10. Определяют общую площадь складского здания (Пзс) (формула 18):

$$Пзс = Ппо + Пзо + Пф + Пу + Пкг. \quad (18)$$

11. По данным рассчитывают площадь административно-бытовых помещений: площадь кабинета директора (Пкд); площадь помещений для грузчиков и шоферов (Пгр); площадь

хозяйственной кладовой (Пхк), а также площадь конторы (Пк) (формула 19):

$$Пк = Нпк \cdot Чап, \quad (19)$$

где Чап — численность административно-управленческого персонала склада, площадь комнаты отдыха и приема пищи (По) (формула 20):

$$По = Нпо \cdot Чп. \quad (20)$$

Площадь всех административно-бытовых помещений (Па) вычисляют по формуле 21:

$$Па = Пкд + Пгр + Пхк + Пк + По. \quad (21)$$

Площадь коридоров в административно-бытовом здании (или пристройки к складу) (формула 22):

$$Пка = Па \cdot Нка/100. \quad (22)$$

12. Далее рассчитывают площадь административно-бытового здания (пристройки к складу) (Пза) (формула 23):

$$Пза = Па + Пка. \quad (23)$$

Рассчитанные показатели сводят в табл. 12:

Таблица 12

Сводные расчетные показатели по помещениям склада

Наименование показателей	Единица измерения	Значение показателей
Полезная емкость	м ³	28 540
Полезная площадь и т. д.	м ²	5 708

2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ И ЕЕ СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» (принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 11 августа 1999 г. № 242-ст) дает определение розничной торговли. Это торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. По договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Однако все мы прекрасно знаем, что субъектами розничной купли продажи товаров могут являться не только граждане, но и хозяйствующие субъекты — юридические лица независимо от их организационно-правовой формы (ООО, ЗАО, ОАО), а также индивидуальные предприниматели без образования юридического лица. Естественно, что организации приобретают товары на предприятиях розничной торговли исключительно для того, чтобы опосредованно осуществлять деятельность с целью извлечения прибыли. Если товары приобретаются организациями для осуществления предпринимательской деятельности, то это поставка. В случае же, когда товары приобретаются организацией или индивидуальным предпринимателем у продавца, занимающегося розничной торговлей, с целью их использования, и с помощью этих товаров он опосредованно осуществляет предпринимательскую деятельность, то это розничная купля-продажа.

2.1. Основные отличия розничной торговли от оптовой торговли

Отличительным признаком розничной торговли является факт оплаты приобретенного товара за наличный расчет с выдачей чека контрольно-кассовых машин. При этом личность покупателя, будь то простой гражданин или представитель организации, роли не играет.

Другое дело, если товар приобретен с оплатой по безналичному расчету. В этом случае для определения того, к какому виду торговли относится данная операция, решающей становится личность покупателя:

- если товар оплачен по безналичному расчету физическим лицом, не имеющим статуса индивидуального предпринимателя, это розничная торговля;
- если товар оплачен по безналичному расчету от имени юридического лица либо гражданина — индивидуального предпринимателя, это оптовая торговля.

2.2. Виды и структура розничной торговой сети

Важнейшей составной частью материально-технической базы торговли является розничная торговая сеть, на долю которой приходится более 70 % стоимости всех основных фондов отрасли. Обеспечение высокого уровня организации розничной торговой сети является важным условием роста социально-экономической эффективности торговли. Именно здесь завершается процесс обращения товаров и доведение их до покупателей.

От уровня организации и развития розничной торговой сети зависит качество торгового обслуживания населения, темпы роста товарооборота, ускорение товарооборачиваемости, прибыльность торговых предприятий.

Под торговым предприятием понимается имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания торговых услуг (имущественный комплекс включает

земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, товары, права требования, долги, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания и др.). Предприятие розничной торговли — это торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования.

Розничная торговая сеть определяется как совокупность предприятий розничной торговли, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением.

Таким образом, можно говорить о розничной торговой сети района, города, области, страны в целом, а также о торговой сети конкретной фирмы, организации, системы и т. д. Например, розничная торговая сеть системы здравоохранения, фирменная торговая сеть производственного предприятия.

С учетом особенностей торгового обслуживания населения розничную торговую сеть подразделяют по видам:

1. Стационарная.
2. Нестационарная.

Стационарная сеть является основой розничной торговой сети.

Она представляет собой торговые помещения, расположенные в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях, прочно связанных фундаментом с земельным участком и подсоединенных к инженерным коммуникациям. К стационарной сети относятся:

- магазины;
- павильоны;
- киоски;
- палатки.

Магазин — это специально оборудованное стационарное здание (или его часть), предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже.

Павильон — оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещение для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.

Киоск — оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место, на площади которого хранится товарный запас.

Палатка — легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли.

Нестационарная торговая сеть функционирует по принципам разносной и развозной торговли. Это:

- лотки;
- автолавки;
- цистерны;
- автоцистерны;
- магазины-вагоны;
- магазины-суда;
- торговые автоматы.

Разносная торговля с лотков организуется для продажи мороженого и некоторых других товаров.

Автолавки широко используются для обслуживания сельского населения в тех поселениях, где отсутствует стационарная торговая сеть, а также в производственных условиях: на полевых станциях, пастбищах и т. п.

Автоцистерны, а также цистерны для продажи молока и кваса используют и в городских условиях, особенно в районах новостроек, где сеть магазинов еще полностью не сформировалась.

Магазины-вагоны и магазины-суда используют для снабжения, соответственно, работников железнодорожного и водного транспорта, проживающих в населенных пунктах, где из-за малой численности населения строительство магазинов нецелесообразно.

Преимущества магазинов перед другими элементами розничной торговой сети:

1. Концентрация широкого ассортимента товаров.
2. Обеспечение удобств покупателям при выборе и приобретении товаров.
3. Широкое применение современных форм обслуживания.
4. Создание необходимых условий для хранения и подготовки товаров к продаже.
5. Условия труда работников.

Через другие пункты продажи стационарной и нестационарной торговой сети производится, как правило, продажа товаров повседневного, частого спроса. Такую торговую сеть, осуществляющую розничную торговлю через павильоны, киоски, палатки, торговые автоматы, а также передвижные средства развозной и разносной торговли, называют мелкорозничной. Преимущества мелкорозничной торговой сети:

1. Высокая мобильность, которая позволяет максимально приблизить товары к покупателям и тем самым сократить затраты времени на их покупку.
2. Развитие ее не требует больших капиталовложений, позволяет использовать для ее строительства дешевые материалы.

Однако в этой сети отсутствуют должные удобства для покупателей при выборе товаров и надлежащие условия труда для продавцов.

Мелкорозничная торговая сеть может временно заменять магазины в районах нового жилищного строительства или дополнять их деятельность.

Палатки и павильоны играют существенную роль в период сезонной торговли плодоовощной продукцией.

Пока еще не играет существенной роли в розничном товарообороте такая разновидность мелкорозничной торговой сети, как торговые автоматы. Однако в перспективе, по мере увеличения выпуска разновидностей торговых автоматов, ассортимент товаров, реализуемых с их помощью, будет значительно расширен.

При организации мелкорозничной торговой сети всегда необходимо соблюдать ее соответствие требованиям санитарных норм и правил.

Продажа скоропортящейся продукции в павильонах, палатках, киосках и прочих предприятиях мелкорозничной торговой сети, не оснащенных холодильным оборудованием, запрещена.

В последнее время широкое распространение получила посылочная торговля. Правильнее называть ее внемагазинной формой продажи, то есть розничной торговлей, осуществляемой через заказы по каталогам путем почтовых отправок. Розничная торговая сеть при этом отсутствует, продажу через почту по каталогам наложенным платежом осуществляют предприятия-изготовители, оптовые предприятия, оптовые фирмы.

Посылочная торговля — это розничная торговля, осуществляемая по заказам, выполняемым путем почтовых отправок. Подобного вида торговля обычно заключается в распространении каталогов среди возможных клиентов, которые либо лично, либо через агентства делают закупки. Затем товары доставляются к ним на дом. Покупатель может заказать товар как лично, так и через агента, являющегося представителем торговой фирмы. Подобные фирмы конкурируют обычно в том, что предлагают клиентам удобства (например, покупки на дому) или предоставляют кредит на приобретенные у них товары. Промышленные товары также могут присылаться по почте. Кроме того, сейчас по центральному телевидению широкое распространение получила реклама различных товаров (массажеров, бытовой техники, мебели, косметических и медицинских средств и т. д.). Указанные товары также реализуются посредством посылочной торговли с предварительной оплатой заказа либо оплатой наложенным платежом (по желанию покупателя). Следует отметить, что приобретение товаров посредством посылочной торговли, несмотря на свои удобства, имеет ряд существенных недостатков:

1. Невозможно подробно изучить покупаемый товар.
2. Невозможно потрогать его руками.
3. Невозможно примерить.
4. Невозможно проверить качество.

Обеспеченность населения (города, района) розничной торговой сетью количественно характеризуется фактическим наличием розничных торговых предприятий в расчете на 1000 жителей.

Розничная торговля осуществляется в различных формах:

- продажа товаров с обслуживанием покупателей на торговом объекте (в месте продажи товаров);
- продажа товаров по образцам;
- продажа товаров по заказам и на дому у покупателей;
- продажа товаров длительного пользования в кредит.

Продажа товаров с обслуживанием покупателей в месте продажи товаров, по заказам и на дому регулируется Правилами продажи отдельных товаров, принятыми исполнительными органами этих субъектов.

Продажа товаров в кредит производится в соответствии с Правилами продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит.

Продажа товаров по образцам регламентируется ст. 497 ГК РФ и правилами продажи по образцам.

2.3. Классификация предприятий розничной торговли

Классификация предприятий розничной торговли является одним из важнейших направлений управления торговой сетью.

Необходимость классификации магазинов вызывается широтой и разнообразием ассортимента товаров, постоянным его усложнением, что, в свою очередь, требует рационального распределения товарных ресурсов между торговыми предприятиями. Предприятия розничной торговли в соответствии с введенным с 2002 г. ГОСТом классифицируют по их видам и типам. В зависимости от ассортимента реализуемых товаров виды магазинов определяются как специализированные, неспециализированные, универсальные.

Специализированный магазин — это предприятие розничной торговли, реализующее одну группу товаров: хлебобулочные

изделия, молочные товары, обувь, одежду. К разновидности специализированных магазинов относят магазины узкоспециализированные, реализующие товары определенной подгруппы (магазины «Чай, кофе», «Мужская одежда», «Детская обувь» и др.).

К *неспециализированным магазинам* относят магазины с комбинированным ассортиментом товаров; со смешанным ассортиментом товаров.

Магазин с комбинированным ассортиментом товаров — это предприятие розничной торговли, реализующее несколько групп товаров, связанных общностью спроса и удовлетворяющих отдельные потребности покупателей. (Магазин «Продукты», «Промтовары», «Все для дома», «Товары для женщин» и др.) Магазин со смешанным ассортиментом — это предприятие розничной торговли, реализующее отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров.

Универсальный магазин — это предприятие розничной торговли, реализующее универсальный ассортимент продовольственных и (или) непродовольственных товаров («Универмаг», «Универсам» и т. д.).

Выбор товарного профиля магазинов должен быть экономически оправдан. Так, в городских районах сложившейся застройки, где преобладают небольшие магазины, иногда оправдан процесс углубления специализации, т. к. специализированные магазины имеют ряд преимуществ перед другими. Количество разновидностей товаров в них увеличивается, покупателям предоставляется более широкий выбор товаров. В таких магазинах устанавливаются более тесные контакты с поставщиками товаров, что позволяет полнее удовлетворить спрос покупателей.

Практика показывает, что в специализированных магазинах выше уровень обслуживания и эффективность труда благодаря тому, что работники торгового зала, имея дело с одной товарной группой, обладают более высоким профессиональным мастерством.

Вместе с тем ориентация только на специализированные магазины приводит к увеличению совокупных затрат времени

покупателей на приобретение покупки к увеличению радиуса обслуживания. Поэтому при выборе товарного профиля магазинов следует учитывать следующие факторы:

1. Характер спроса на товары.
2. Объем, структуру товарооборота города.
3. Состояние материально-технической базы торговли.
4. Развитие городского транспорта.
5. Уровень конкуренции и др.

Товары делятся на товары повседневного спроса, товары периодического спроса, товары эпизодического спроса.

Выбор товарного профиля магазинов также должен быть связан с подразделением товаров в зависимости от частоты спроса.

При реконструкции сети действующих магазинов и расширении ее за счет приспособляемых и освобождаемых помещений следует в целом добиваться ее рационализации, цель которой — создание комплекса торговых предприятий, совокупный ассортимент которых соответствовал бы товарной структуре универсального магазина.

Универсальные магазины, торгующие товарами всех или почти всех товарных групп, обеспечивают возможность совершать комплексные покупки с наименьшими затратами времени.

В районах новостроек наличие предприятий с достаточно большими торговыми площадями изначально создает предпосылки для организации универсальных магазинов или магазинов с комбинированным ассортиментом товаров. Каждый вид магазина (за исключением неспециализированных магазинов со смешанным ассортиментом товаров) классифицируют в зависимости от размера торговой площади и применяемых форм торгового обслуживания.

Классификация предприятий торговли

1. Предприятия торговли подразделяют на классификационные группы в зависимости от различных признаков, в том числе:

- по формам собственности;
- по видам торговли;
- по специализации торговой деятельности;

- по способу организации торговой деятельности;
- по виду торгового объекта;
- по формам торгового обслуживания покупателей;
- по условиям реализации товаров;
- по типам предприятий торговли.

2. Классификация предприятий торговли по различным признакам представлена в табл. 13.

Таблица 13

Классификация предприятий торговли

Признак классификации предприятий торговли	Классификационные группы
По формам собственности	частные; государственные; муниципальные; унитарные; кооперативные и другие
По видам торговли	предприятия оптовой (мелкооптовой) торговли; предприятия розничной торговли
По специализации торговой деятельности	универсальные; специализированные; неспециализированные: – с комбинированным ассортиментом; – со смешанным ассортиментом
По способу организации торговой деятельности	сетевые (торговая сеть); автономные; фирменные и другие
По виду торгового объекта	стационарные; нестационарные
По формам торгового обслуживания покупателей	с полным самообслуживанием; с частичным самообслуживанием; с индивидуальным обслуживанием (в том числе через прилавок); с обслуживанием по предварительным заказам; с обслуживанием по образцам; с обслуживанием по каталогам и другие
По условиям реализации товаров (наличию или отсутствию торгового зала)	магазины; объекты мелкорозничной (торговой) сети

Признак классификации предприятий торговли	Классификационные группы
По типам предприятий торговли	гипермаркет; универмаг; магазин-склад; центр оптовой и мелкооптовой торговли; универсальный общетоварный продовольственный склад; универсальный общетоварный непродовольственный склад; универсам; супермаркет; гастроном; магазин «Товары повседневного спроса»; специализированный общетоварный продовольственный склад; специализированный общетоварный непродовольственный склад; магазин «Рыба», «Мясо», «Колбасы», «Минеральные воды», «Хлеб», «Овощи-фрукты» и т. п.; магазин «Электротовары», «Одежда», «Обувь», «Ткани», «Хозяйственные товары», «Мебель», «Книги», «Зоотовары», «Семена», «Природа», «Охотник», «Цветы», «Мир садовода», «Спорт и туризм» и т. п.; магазин «Продукты»; павильон «Продукты»; минимаркет; торговый дом; товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для будущих мам, для полных, для новобрачных, для молодежи и т.п.; магазин «Промтовары»; магазин «Кэш энд Кэрри», «Дисконт», «Дискаунтер»; комиссионный магазин; магазин «Сэконд Хенд»; стоковый магазин; магазин «Бутик»; магазин-салон

Типы предприятий торговли

1. Предприятия торговли подразделяют на различные типы в зависимости от размеров площадей торговых объектов, ассортимента предлагаемых к продаже товаров и форм торгового обслуживания покупателей.

2. Основные характеристики типов предприятий торговли приведены в табл. 14.

Основные характеристики типов предприятий торговли

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Вид торговли				
Универсальное предприятие торговли	Тип предприятия				
Универсальное предприятие торговли	Гипермаркет	4000	Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров преимущественно повседневного спроса, в том числе под собственными торговыми марками	Преимущественно самообслуживание	Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Наличие цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. До 40 % площадей используются под размещение непродовольственных товаров. Возможна реализация товаров дистанционным способом* Оказание дополнительных услуг торговли

Предприятия торговли			Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Универсальное предприятие торговли	Универмаг	Розничная торговля	3500 — в городах, 650 — в сельской местности	Универсальный ассортимент непродовольственных товаров	Самообслуживание; обслуживание по образцам, по каталогам, по предварительным заказам; индивидуальное обслуживание через прилавок и др.	Реализация широкого ассортимента непродовольственных товаров, допускается отдел продовольственных товаров (до 20 % всего ассортимента). Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли
Универсальное предприятие торговли	Магазин-склад	Розничная, оптовая и мелкооптовая торговля	650	Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров	Самообслуживание	Реализация товаров преимущественно из транспортной тары (ящики, контейнеры и др.). Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автомобилей. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли

Продолжение табл. 14

Предприятия торговли			Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Универсальное предприятие торговли	Центр оптовой и мелкооптовой торговли	Оптовая и мелкооптовая торговля	5000	Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров, в том числе под собственными торговыми марками	Самообслуживание; обслуживание по образцам	Реализация товаров оптом и мелким оптом. Возможно наличие цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блгод). Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли
Универсальное предприятие торговли	Универсальный общепитовый (продовольственный или непродовольственный) склад	Оптовая и мелкооптовая торговля	Не нормируется	Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров	Преимущественно самообслуживание	Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Вид торговли				
Универсальное предприятие торговли	Тип предприятия				
Универсальное предприятие торговли	Универсам	200	Универсальный ассортимент продовольственных и ограноченный ассортимент непродовольственных товаров повседневного спроса, в том числе под собственными торговыми марками	Самобслуживание; индивидуальное обслуживание через прилавок	Возможно наличие мини-цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли

Продолжение табл. 14

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Вид торговли				
Универсальное предприятие торговли	Тип предприятия	600	Универсальный ассортимент продовольственных и неширокий ассортимент непродовольственных товаров, в том числе под собственными торговыми марками	Самообслуживание; индивидуальное обслуживание через прилавок	Непродовольственные товары составляют не более 30 % всего ассортимента. Наличие мини-цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли
Универсальное предприятие торговли	Тип предприятия	400	Универсальный ассортимент продовольственных товаров и узкий ассортимент непродовольственных товаров	Преимущественно индивидуальное обслуживание через прилавок с частичным самообслуживанием	Гастрономические товары составляют не менее 40 % всего ассортимента. Наличие отдела по реализации полуфабрикатов и кулинарных изделий

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия				
	Вид торговли				
Специализация торговой деятельности	Специализированное предприятие торговли*	Не нормируется	Ассортимент продовольственных или непродовольственных товаров преимущественно одной группы	Преимущественно самообслуживание	Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли
Специализация торговой деятельности	Магазин «Рыба», «Мясо», «Колбаса», «Минеральные воды», «Хлеб», «Овощи-фрукты» и т. п.	18	Широкий ассортимент продовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией предприятия	Самообслуживание; индивидуальное обслуживание через прилавок	Возможна реализация товаров дистанционным способом

Продолжение табл. 14

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия				
Специализация торговой деятельности	Магазин «Электротовары», «Одежда», «Обувь», «Ткани», «Хозяйственные товары», «Мебель», «Книги», «Зоотовары», «Семена», «Природа», «Охотник», «Цветы», «Мир садовода», «Спорт и туризм» и т. п.	18	Широкий ассортимент непродовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией предприятия	Самообслуживание; обслуживание по образцам; индивидуальное обслуживание через прилавок	Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Тип предприятия	Вид торговли				
Специализация торговой деятельности					
Неспециализированное предприятие торговли со смешанным ассортиментом товаров	Магазин товаров повседневного спроса	60	Ограниченный ассортимент продовольственных и непищевых товаров частого спроса	Преимущественно самообслуживание	Реализация социально значимых товаров потребительской корзины. Размещение, как правило, в радиусе шаговой доступности. Возможна реализация товаров дистанционным способом
Неспециализированное продовольственное предприятие торговли	Магазин (павильон) «Продукты»	18	Узкий ассортимент продовольственных товаров повседневного спроса, в том числе хлеб, кондитерские и гастрономические товары, безалкогольные напитки	Индивидуальное обслуживание через прилавок с частичным самообслуживанием	—

Продолжение табл. 14

Предприятия торговли			Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Неспециализированное предприятие торговли со смешанным ассортиментом товаров	Мини-маркет	Розничная торговля	40 (не более 50)	Узкий или ограниченный ассортимент продовольственных товаров, в т. ч. гастрономические, кондитерские, винно-водочные товары, безалкогольные напитки, а также сопутствующие непродовольственные товары повседневного спроса	Самообслуживание	—

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Тип предприятия	Вид торговли				
Специализация торговой деятельности					
Неспециализированное предприятие торговли	Торговый дом	1000	Товарные комплексы предметов туалета и гардероба для мужчин, женщин и детей — одежда, обувь, ткани, галантерея, парфюмерия и др.; электротовары, предметы мебели, хозяйствары и т. п.	Преимущественно самообслуживание; обслуживание по образцам, по каталогам, по предварительным заказам; индивидуальное обслуживание через прилавок	Многопрофильное предприятие торговли. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли

Продолжение табл. 14

Предприятия торговли			Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Неспециализированное предприятие торговли с комбинированным ассортиментом товаров	Товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для будущих мам, для полных, для новорожденных, для молодежи и т. п.	Розничная торговля	650	Комбинированный ассортимент товаров для определенного контингента покупателей в соответствии со специализацией магазина	Самообслуживание, обслуживание по образцам, по каталогам, по предварительным заказам, индивидуальное обслуживание и др.	Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли
Неспециализированное предприятие торговли	Магазин «Промтовары»	Розничная торговля	18	Узкий ассортимент непродовольственных товаров, в том числе одежда, обувь, галантерея, парфюмерно-косметические товары и пр.	Индивидуальное обслуживание через прилавок	—

Предприятия торговли			Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Неспециализированное непровольственное предприятие торговли	Комиссионный магазин	Розничная торговля	18	Узкий ассортимент непровольственных товаров, в том числе антикварных	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание через прилавок	Реализация непровольственных товаров, в том числе бывших в употреблении, которые принимаются у населения на основании договоров комиссии
Неспециализированное непровольственное предприятие торговли	Магазин «Секонд-хенд»	Розничная торговля	18	Узкий ассортимент непровольственных товаров	Самообслуживание	Реализация непровольственных товаров, бывших в употреблении

Продолжение табл. 14

Предприятия торговли			Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли	Стоковый магазин (магазин «Сток»)»	Розничная торговля	Не нормируется	Ограниченный ассортимент непродовольственных товаров	Самообслуживание	Реализация непродовольственных товаров, морально устаревших
Неспециализированное предприятие торговли	Магазин «Дисконт», «Кэш энд Керри», «Дискаунтер»»	Розничная и мелкооптовая торговля	Не нормируется	Широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров	Самообслуживание	Реализация товаров с невысоким уровнем наценки

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Тип предприятия	Вид торговли				
Специализация торговой деятельности					
Неспециализированное предприятие торговли	Магазин «Бутик»	18	Ограниченный ассортимент модных товаров одной группы — непроизвольственных: одежда, обувь и продовольственных товаров редкого спроса: коллекционные вина, фирменный шоколад, кондитерские изделия и др.	Индивидуальное обслуживание	Реализация товаров с высоким уровнем ценкок. Постоянное обновление ассортимента товаров, в том числе по сезонам, коллекциям, брендам и пр. Оказание дополнительных услуг торговли

Окончание табл. 14

Предприятия торговли		Площадь торгового объекта, м ² , не менее, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания покупателей	Отличительные особенности типа предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли			
Неспециализированное производственное предприятие торговли	Магазин-салон	Розничная торговля	Ограниченный ассортимент товаров одной группы, например автомобилей, цветов, обуви, одежды	Индивидуальное обслуживание	Реализация товаров с высоким уровнем цен. Постоянное обновление ассортимента товаров. Оказание дополнительных услуг торговли

* Для дистанционной торговли и торговли по образцам площадь торгового объекта не нормируется

2.4. Размещение розничной торговой сети в городах

Важным условием эффективности функционирования розничной торговой сети является рациональное размещение магазинов на территории города.

Факторы, которые следует учитывать при размещении магазинов в городах:

1. Градостроительные: величина города; форма плана (компактная, расчлененная и др.); функциональное зонирование его территории (селитебная, промышленная, коммунально-складская, транспортная и другие зоны); плотность населения; размещение административных и культурных центров; спортивных комплексов; мест приложения труда.

2. Транспортные: направление и интенсивность основных потоков движения; развитие средств общественного и индивидуального транспорта; размещение трамвайных, автобусных остановок, станций метро.

3. Социальные: необходимость снижения совокупных затрат времени на посещение магазинов; достижения высокого уровня обслуживания.

4. Экономические: обеспечение эффективности использования инвестиций; развитие торговой сети и оптимального уровня доходности магазинов.

Вопросы размещения каждого конкретного магазина нельзя решать в отрыве от всей структуры торговой сети. Они должны рассматриваться комплексно, с учетом различного назначения каждого магазина, его взаимосвязи с другими и роли в общей системе торгового обслуживания. Система размещения розничной торговой сети в городах базируется на некоторых общих принципах:

1. Равномерное размещение магазинов.
2. Групповое размещение магазинов.
3. Ступенчатое размещение магазинов.

Равномерное размещение магазинов означает их расположение равномерно по всей территории города с учетом плотности населения. Этот принцип применим не ко всей торговой сети, а лишь к однотипным магазинам, и прежде всего к магазинам по продаже товаров повседневного и частого спроса, к которым относится значительная часть продовольственных товаров. Такие магазины обслуживают в основном постоянный контингент покупателей.

Групповое размещение магазинов вытекает из необходимости территориального сближения магазинов различного товарного профиля, осуществляющих продажу товаров, связанных комплексностью спроса или взаимозаменяемых. Такое комплексное размещение небольших магазинов по продаже хлеба, молока, мяса, рыбы, овощей при отсутствии универсального продовольственного магазина или универсама позволяет сократить затраты времени покупателей на приобретение товаров.

Ступенчатое размещение магазинов основано на особенностях формирования ассортимента товаров в магазинах, предусматривающих концентрацию широкого ассортимента товаров или только товаров периодического и редкого спроса в магазинах общегородского значения и максимальное приближение товаров частого и повседневного спроса к месту жительства покупателей. Например, широкий ассортимент кондитерских изделий обеспечивается в кондитерском магазине, размещенном на центральной магистрали города, а карамель и конфеты наиболее частого спроса — в универсамах.

Таким образом создаются как бы две ступени обслуживания. При этом магазины, торгующие товарами повседневного и частого спроса, имеют небольшой радиус обслуживания, в то время как магазины, торгующие максимально широким ассортиментом товаров или только товарами периодического и редкого спроса, имеют значительно больший радиус деятельности, включающий и районы деятельности магазинов первой ступени.

На основе этих основных принципов, действующих одновременно, в настоящее время сложилась так называемая

функциональная система размещения торговой сети. В соответствии с этой системой торговая сеть города подразделяется на две взаимосвязанные группы магазинов:

1. Местного значения.
2. Городского значения.

Основное требование, предъявляемое к магазинам местного значения, заключается в обеспечении населения основными продовольственными и непродовольственными товарами повседневного и частого спроса с минимальными затратами времени на посещение и обслуживание. Поэтому такие магазины размещают относительно равномерно в жилой зоне города (микрорайонах, жилых районах, жилых комплексах и других жилых образованиях) с учетом остановок общественного транспорта и основных направлений пешеходных потоков, и обслуживают они население в пределах пешеходной доступности.

Главным требованием к магазинам городского значения является предоставление населению максимального выбора товаров и услуг, удовлетворяющих разнообразные запросы и отвечающих вкусам людей.

К предприятиям городского значения относятся:

- универмаг;
- магазин типа «Гастроном»;
- специализированные магазины;
- магазины склады.

Их размещают в общегородском центре, центрах планировочных районов, на площадях и главных магистралях города с учетом транспортной доступности. Магазины склады могут быть размещены в коммунально-складской зоне, на границе промышленной и жилой зон или в селитебной зоне города. Перспективным направлением в организации розничной торговой сети является размещение магазинов в составе торговых центров.

Торговый центр — это совокупность торговых предприятий и предприятий по оказанию услуг, реализующих универсальный ассортимент товаров и услуг. Торговый центр расположен на определенной территории, спланирован, построен и управляется как

единое целое и предоставляет в границах своей территории стоянку для автомашин.

Для комплексного обслуживания населения и усиления архитектурно-композиционной выразительности городской застройки торговые центры целесообразно объединять с культурно-зрелищными и другими учреждениями. Размещение магазинов в составе торговых центров имеет большое социально-экономическое значение. Торговые центры дают возможность населению приобретать товары с наименьшими затратами времени; пользоваться разнообразными бытовыми и коммунальными услугами с наименьшими затратами времени; повышают эффективность строительства и эксплуатации предприятий, входящих в его состав.

Как показала практика, концентрация предприятий торговли в таких центрах по сравнению с предприятиями, размещенными в отдельно стоящих зданиях, обеспечивает экономию удельных капитальных вложений и сокращение эксплуатационных расходов. Торговые центры могут быть двух типов: местного значения и городского значения.

Торговый центр местного значения включает в качестве самостоятельных объектов:

- универсам;
- столовую;
- магазин полуфабрикатов;
- кулинарных и кондитерских изделий;
- комплексные приемные;
- пункты бытового обслуживания.

Торговый центр городского значения включает:

- универмаг;
- магазин типа «гастроном»;
- ресторан;
- кафе;
- бар;
- дом быта;
- кинотеатр и другие специализированные предприятия обслуживания.

При этом в малых и средних городах с компактной планировочной структурой создается один общегородской центр.

В средних городах с расчлененной планировочной структурой в дополнение к общегородскому торговому центру может быть создан подцентр. В больших и крупных городах наряду с общегородским создается система торговых центров планировочных районов.

Общегородской торговый центр и торговые центры планировочных районов должны быть удобно связаны маршрутами общественного транспорта. В центральных районах сложившихся городов торговые центры целесообразно формировать в виде пешеходных торговых зон с размещением на них разнообразных предприятий торговли и общественного питания.

В настоящее время развитие материально-технической базы розничной торговли осуществляется при участии финансовых и материальных ресурсов как государства, так и частных лиц, причем с упразднением отраслевых централизованных фондов, дефицитом городских (местных) бюджетов в структуре источников инвестиций наибольший удельный вес занимают инициативно привлекаемые средства. В результате сокращения инвестиций в розничную торговлю качественный состав сети изменился. Субъекты предпринимательской деятельности самостоятельно формируют розничную сеть, исходя из имеющихся финансовых и материальных ресурсов, часто весьма ограниченных.

Поэтому в стране за последние годы увеличилось число объектов мелкорозничной сети: киосков, палаток и т. п.

Этот процесс неоднозначно воздействует на торговое обслуживание. С одной стороны, увеличение пунктов реализации товаров способствует сокращению времени покупателей на поиск и приобретение товаров, созданию конкурентной среды. С другой стороны, опережающие темпы роста объектов мелкорозничной

сети отрицательно характеризуют развитие процессов формирования торговой сети в целом:

- мелкорозничная сеть не способствует развитию производства, о чем свидетельствует однообразный ассортимент реализуемой импортной продукции;
- многообразие и многочисленность объектов мелкорозничной сети нарушают архитектурный ансамбль городов;
- отсутствие условий хранения продукции, несоблюдение санитарных норм отрицательно влияют на качество товаров, здоровье потребителей;
- мелкорозничная сеть часто предлагает услуги низкого качества, что выражается в нарушении правил продажи товаров и прав потребителей;
- значительная часть денежных средств от предприятий мелкорозничной торговли не поступает в городские (местные) бюджеты; контроль за их деятельностью ввиду специфики организации затруднен;
- развертывание мелкорозничной торговой сети резко снижает темпы строительства магазинов как основного элемента инфраструктуры рынка.

Очевидно, что население нуждается в мелкорозничной торговле, поскольку еще какое-то время она будет решать социальные задачи по приобретению необходимых товаров непосредственно по месту жительства граждан, по решению проблем занятости населения региона, сезонной торговли.

Но необходимо предпринимать определенные меры, чтобы мелкорозничная торговля приобрела цивилизованные формы:

1. Объекты мелкорозничной сети должны размещаться в первую очередь в районах нового жилищного строительства, в которых ввод объектов торговой инфраструктуры отстает от ввода жилья.

2. Следует упорядочить размещение объектов мелкорозничной сети в торговых зонах, поскольку зачастую они установлены вплотную к жилым домам, рядом с детскими, учебными, лечебными учреждениями, что создает неудобства как для нормального

и полноценного отдыха граждан, особенно и пожилых людей, нестабильную обстановку для детей, так и для нормального функционирования этих учреждений.

Кроме того, непродуманность размещения создает сложности для движения пешеходов и пассажиров, а также создаются предпосылки для аварийных ситуаций и возникновения опасности для жизни граждан, особенно детей (около транспортных развязок или остановок транспорта). Поэтому наиболее целесообразным является функционирование самостоятельных объектов мелко-розничной сети в составе торговых комплексов. Торговый комплекс — это совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности.

В центральной части города, которая представляет интерес для туристов и гостей, где располагаются различные учреждения, и которая по сути является транзитной для горожан, приоритеты должны быть отданы торговле сувенирами, товарами подарочного назначения, цветами, мороженым, прохладительными напитками.

Все вновь вводимые комплексы мелко-розничной сети должны сдаваться в аренду только на конкурсной основе, с условием благоустройства территории и поддержания архитектурно-планировочного вида на соответствующем уровне, с проведением последующих реконструкций и модернизаций объектов торговли.

В последние годы в городах стала усиленно развиваться другая ветвь внемагазинной формы продажи — городские рынки.

Рынок — это организация, создающая условия для ведения торгов на основе договоров купли-продажи.

Рынки подразделяют на сельскохозяйственные (бывшие колхозные); продовольственные; вещевые; смешанные.

Как правило, рынкам предоставляются определенные льготы в налогообложении — их относят к льготной категории налогоплательщиков с соответствующим понижающим коэффициентом. Со своей стороны, они обязаны определенный процент торговых

мест предоставлять бесплатно льготным категориям торгующих — пенсионерам, инвалидам и др.

Правильное размещение торговой сети должно обеспечить:

1. Оптимальное соотношение различных видов розничной торговой сети, позволяющих использовать магазинные и внемагазинные формы продажи товаров.

2. Рациональное использование торговых площадей за счет внедрения оптимальной номенклатуры типов различных торговых объектов.

3. Рационализацию товарного ассортимента за счет организации крупных торговых объектов.

4. Рационализацию торговых процессов за счет внедрения современных форм торгового обслуживания, а также организации дополнительных торговых услуг населению.

2.5. Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть

Значительная часть товаров завозится в розничную торговую сеть с оптовых предприятий. Такие товары, как хлеб и хлебобулочные изделия, молочные и мясные продукты и некоторые другие продовольственные товары повседневного спроса, поступают на предприятия розничной торговли непосредственно с производственных предприятий — хлебозаводов, пищекомбинатов и т. п.

В крупные универсальные специализированные магазины транзитом с промышленных предприятий могут поступать и другие товары, в том числе и сложного ассортимента. В основной же массе товары сложного ассортимента (культтовары, одежда, обувь и т. д.) завозят в магазины со складов оптовых торговых баз. В магазины товары также поступают с заготовительных предприятий, от личных подсобных и фермерских хозяйств, а также от лиц, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью.

Факторы, учитываемые при выборе источников товароснабжения:

1. Ассортимент товаров.
2. Типы магазинов.
3. Размеры магазинов.
4. Объем товарооборота.
5. Возможность бесперебойного снабжения магазинов.
6. Количество звеньев товародвижения.
7. Скорость товарооборачиваемости.
8. Уровень транспортных расходов.

В зависимости от источников поступления товаров применяют транзитную и складскую форму товароснабжения розничной торговой сети.

При транзитной форме доставка товаров в магазины осуществляется непосредственно из производственных предприятий промышленности или сельского хозяйства. При такой форме ускоряется обращение товаров, сокращаются издержки обращения, снижаются товарные потери. Вместе с тем эта форма товароснабжения имеет ограниченное применение из-за рассредоточенности розничной торговой сети. В основном она применяется по товарам простого ассортимента, а также по товарам, производство которых осуществляется в районах потребления (хлеб и хлебобулочные изделия, молоко и молочные продукты и т. п.). При складской форме товары сложного ассортимента, нуждающиеся в предварительной подсортировке, завозятся в магазины со складов оптовых предприятий.

Выбрать наиболее оптимальные источники и формы товароснабжения розничных торговых предприятий можно с помощью разработки схем завоза по каждой товарной группе. Эти схемы определяют порядок движения товаров от промышленных предприятий, оптовых баз и других поставщиков до розничных торговых предприятий по каждой товарной группе, а в случае необходимости — по отдельным подгруппам товаров.

Схемы предусматривают конкретный порядок завоза товаров в каждое розничное торговое предприятие. Их разработку рекомендуется осуществлять с учетом ряда принципов.

Основные принципы в потребительской кооперации:

1. Прохождение товаров через минимально необходимое число промежуточных складских звеньев, преимущественно по схеме: промышленное предприятие — межрайбаза — магазин.

2. Сосредоточение оптовой торговли товарами сложного ассортимента на крупных межрайбазах.

3. Расширение централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть.

4. Более широкая оптовая продажа товаров через передвижные склады товарных образцов, разъездных товароведов и путем почтово-посылочных операций.

При разработке схем завоза товаров сначала определяют пути движения товаров до межрайонных баз и оптовых предприятий районных кооперативных организаций. Следует предусматривать завоз товаров в эти оптовые звенья с предприятий промышленности, выходных и торгово-закупочных баз.

Сосредоточение оптовой торговли товарами сложного ассортимента на крупных межрайонных оптовых базах препятствует распылению этих товаров по мелким оптовым предприятиям и создает возможности для установления рациональных связей с производственным и предприятиями.

Разработанные с учетом перечисленных требований сводных схемы завоза товаров в оптовые предприятия кладут в основу разработки конкретных схем завоза товаров в розничную торговую сеть.

Наряду с оптовыми базами разрабатывают схемы завоза товаров, которые должны поступать на предприятия розничной торговли, минуя оптовые предприятия. В них предусматривают порядок завоза в магазины товаров местной промышленности, сельскохозяйственных продуктов. Это в первую очередь относится к завозу хлеба и хлебобулочных изделий, молочных и мясных продуктов и т. п. В разработке схем завоза товаров в оптовые

предприятия и в розничную торговую сеть должны участвовать квалифицированные торговые работники.

Схемы завоза товаров должны регулярно пересматриваться и уточняться с учетом появления новых источников поступления товаров или других обстоятельств.

2.6. Организация оснащения оборудованием торговых предприятий

В рыночных условиях развитие торговли для улучшения обслуживания населения неразрывно связано с техническим прогрессом.

Технический прогресс в торговле выражается в совершенствовании торгового процесса. Значительную роль здесь играет уровень развития материально-технической базы торговли, механизации и автоматизации тяжелых и трудоемких работ. Рациональное оснащение торговых организаций современным оборудованием на базе научно обоснованных норм создает основу для его эффективного использования. Вопросы технического оснащения торговых организаций оборудованием решаются при проектировании новых и реконструкции действующих предприятий. Все операции торгового процесса, выполняемые в торговых организациях, могут быть объединены в несколько групп. К числу наиболее тяжелых и трудоемких работ, которые должны быть механизированы и автоматизированы, в первую очередь относятся:

- погрузочно-разгрузочные работы;
- внутримagaзинное перемещение грузов;
- подготовка товаров к продаже;
- операции расчета с покупателями с использованием кассовых терминалов и другой электронной техники, позволяющих быстро и оперативно работать с большой номенклатурой товарно-материальных ценностей.

Технический прогресс и эффективность применения торговой техники зависят от того, насколько комплексно и своевременно решены все организационные вопросы, связанные с оснащением

средствами механизации и автоматизации, заменой ими ручного труда. Поэтому при техническом оснащении торговых организаций в каждом конкретном случае целесообразно:

- составить перечень операций, выполняемых работниками;
- определить место выполнения отдельных операций, состав помещений, их расположение и взаимосвязь;
- уточнить размещение оборудования в торговом зале с использованием комплекса мероприятий мерчандайзинга, позволяющих максимально увеличить товарооборот;
- определить срок хранения и маршрут движения товаров;
- подобрать необходимое оборудование, мебель, инструменты, инвентарь и др.

Техническое оснащение торговых организаций в условиях рыночной экономики осуществляет в основном их администрация во главе с директором (руководителем). Поэтому при организации и планировании технического оснащения руководителю необходимо знать:

- конструктивные особенности торгового здания, склада (этажность, размещение опорных колонн, уровень пола, габариты помещений и др.);
- метод продажи товаров и их ассортимент;
- типы и технические характеристики торгово-технологического оборудования;
- возможность комплексной механизации погрузочно-разгрузочных работ;
- экономическую эффективность использования торгового оборудования и машин;
- возможность улучшения условий труда работников и др.

После тщательного изучения всех параметров руководителю следует составить план технического оснащения торговых организаций, учитывая при этом обеспеченность проектно-сметной документацией; планируемую эффективность оборудования, трудовые затраты в миллионах рублей; сроки поставки поставщиками оборудования и контрольно-кассовых машин, соответствующих эталонным образцам моделей, внесенных в Государственный

реестр; сроки установки и монтажа оборудования и кассовых машин центром технического обслуживания и др.

Задания для самопроверки

1. Описать операции процесса продажи товаров при различных формах торгового обслуживания.
2. Охарактеризовать операции процесса продажи и методы их выполнения при реализации товаров по образцам.
3. Выделить операции процесса продажи и методы их выполнения при реализации товаров по каталогам.
4. Проработать операции процесса продажи и методы их выполнения при самообслуживании.
5. Охарактеризовать операции процесса продажи и методы их выполнения при индивидуальном обслуживании покупателей.
6. Описать классификацию услуг розничной торговли и предъявляемые к ним требования. Выделить основные признаки.
7. Описать формирование и размещение ассортимента товаров в магазинах.
8. Основные принципы рационального размещения товаров в торговом зале магазина, коэффициенты установочной и выставочной площадей.
9. Описать правила продажи отдельных видов товаров.

5. Услуги розничной торговли включает:

- 1) реализацию товаров;
- 2) производство товаров;
- 3) оказание помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании;
- 4) информационно-консультационные услуги;
- 5) создание удобств покупателям.

Выбрать неправильный ответ.

7. Ассортимент товаров различают:

- 1) промышленный;
- 2) сельскохозяйственный;
- 3) торговый.

Выбрать правильный ответ.

Задачи

Задача 1

Составление заявок на завоз товаров в магазин.

Задание: Определить количество товаров, подлежащих завозу в «Минимаркет» и оформить заявку на текущий завоз товаров в магазин.

Магазин «товары повседневного спроса» имеет площадь торгового зала 150 м². Для расчета следует использовать данные, приведенные в табл. 15.

Таблица 15

Данные для расчета

Наименование товара, единицы измерения	Реализация товара за месяц	Наличие товара на день предоставления заявок	Количество товара, включенного в предварительную заявку	Норматив товарных запасов, в днях
Продовольственные товары				
Карамель, кг	900	200	100	3
Драже, кг	90	20	—	3
Ирис, кг	60	4	10	3
Халва, кг	90	—	20	3
Конфеты глазированные, кг	480	200	60	3
Конфеты неглазированные, кг	150	40	20	3
Шоколад, плитка	300	100	50	3
Мармелад, кг	90	10	20	3
Печенье, кг	600	200	60	3
Пряники, кг	150	30	20	3
Вафли, пачка	510	60	100	3
Мед, банка	120	20	20	3
Непродовольственные товары				
Духи, шт.	120	20	20	10
Одеколон, шт.	90	20	10	10
Крем для лица, шт.	60	10	10	10
Крем для рук, шт.	30	10	—	10
Крем после бритья, шт.	30	—	—	10
Крем для бритья, шт.	30	10	10	10
Лосьоны, шт.	30	—	10	10
Пудра, шт.	30	5	5	10
Порошки зубные, шт.	30	10	10	10
Пасты зубные, шт.	90	30	—	10
Шампунь, шт.	30	—	10	10
Глицерин, вазелин, шт.	30	10	5	10
Помада губная, шт.	30	5	6	10

Магазин работает без выходных. Частота завоза товаров — 1 раз в 7 дней.

Методика выполнения задания

Для определения количества заказываемых товаров следует пользоваться формулой 24:

$$Пз = Нз + Рз - О, \quad (24)$$

где $Пз$ — количество товаров, подлежащих завозу в магазин;

$Нз$ — неснижаемый запас товаров, обеспечивающий бесперебойную продажу товаров;

$Рз$ — реализация товаров между завозами;

$О$ — фактический запас товаров в магазине.

Расчет подлежащих завозу товаров рекомендуется оформить в виде табл. 16.

Таблица 16

Название

Наименование товара	Реализация товаров в среднем за один день	Неснижаемый запас товаров, обеспечивающий бесперебойную продажу товаров ($Нз$)	Реализация товаров за период между завозами ($Рз$)	Фактические запасы товаров на день представления заявки ($О$)	Кол-во товаров, подлежащих завозу в магазин ($Пз$)
Карамель	$900 : 30 = 30$	$30 \cdot 3 = 90$	$30 \cdot 7 = 210$	$200 + 100 = 300$	$90 + 210 - 300 = 0$
Драже					
Ирис					

Реализация товаров за период от завоза до завоза определяется как произведение средневневной продажи соответствующего товара на число дней в периоде (7 дней).

Фактические запасы товаров на день представления заявки определяются как сумма количества имеющихся товаров в магазине и количества товаров, включенных в предыдущую заявку.

Неснижаемый запас товаров ($Нз$) определяется как произведение однодневной реализации товаров на норматив товарных запасов в днях.

При составлении заявки на завоз товаров сначала записывают товары, предусмотренные обязательным ассортиментным

перечнем, но отсутствующие в продаже, затем товары, запасы которых недостаточны и должны быть пополнены.

Задача 2

Определить ожидаемую экономическую эффективность перевода продовольственного магазина с традиционными методами продажи товаров на самообслуживание. Условия работы (часы торговли, ассортимент и т. д.) после перевода на самообслуживание не изменяются.

Условия задачи:

1. Годовой товарооборот магазина показан в табл. 17.

Таблица 17

Годовой товарооборот магазина

Вариант	Товарная специализация магазина	При традиционных методах продажи (Тт), тыс. руб.	При самообслуживании, (Тс), тыс. руб.
1	Гастроном	4000	4800
2	Молочный	3200	3600
3	Овощи-фрукты	3000	3300
4	Хлебокондитерский	1800	2000
5	Диетические продукты	3600	4300

2. Площадь торгового зала магазина (табл. 18) при традиционных методах продажи (S) при переводе на самообслуживание за счет ее перепланировки увеличивается и составляет:

Таблица 18

Площадь торгового зала магазина до и после перевода на самообслуживание

Вариант	Товарная специализация магазина	До перевода на самообслуживание (S_t), м ²	После перевода на самообслуживание (S_c), м ²
1	Гастроном	550	590
2	Молочный	320	340
3	Овощи-фрукты	350	375
4	Хлебокондитерский	250	260
5	Диетические продукты	300	330

3. Число работников магазина до и после перевода на самообслуживание не изменяется (табл. 19):

Таблица 19

Количество работников

Вариант	Товарная специализация магазина	Число работников магазина (Чр), чел.
1	Гастроном	98
2	Молочный	82
3	Овощи-фрукты	88
4	Хлебокондитерский	78
5	Диетические продукты	89

Дополнительные капитальные вложения на приобретение оборудования для магазина самообслуживания с учетом стоимости реализации заменяемого оборудования составят (табл. 20):

Таблица 20

Дополнительные капиталовложения

Вариант	Товарная специализация магазина	Дополнительные капитальные вложения (Дк) тыс. руб.
1	Гастроном	4,3
2	Молочный	3,9
3	Овощи-фрукты	4,1
4	Хлебокондитерский	1,5
5	Диетические продукты	3,8

Методика решения задачи

1. Определяется производительность труда при традиционных методах продажи (формула 25):

$$Пт = Тт : Чр. \quad (25)$$

2. Определяется производительность труда при самообслуживании (формула 26):

$$Пс = Тс : Чр. \quad (26)$$

3. Рассчитывается число относительно высвобождаемых при самообслуживании работников за счет повышения производительности труда (формула 27):

$$\text{Чвр} = \text{Тс} : \text{Пт} - \text{Тс} : \text{Пс}. \quad (27)$$

4. Рассчитывается коэффициент (К) использования площади торгового зала магазина самообслуживания (формула 28):

$$K = \frac{\text{Тс} \cdot \text{Sc}}{\text{Тт} \cdot \text{Sc}}. \quad (28)$$

При данном расчете следует считать, что коэффициент использования площади торгового зала магазина самообслуживания меньше 1 ($K < 1$) характеризует ухудшение, а больше 1 ($K > 1$) — улучшение использования площади.

Рассчитанные показатели свести в табл. 21:

Таблица 21

Результаты расчета показателей

Показатель	Значение показателей	
	При традиционных методах продажи товаров	При самообслуживании

**Состав и нормативы площади помещений
общетоварных складов**

Наименование площадей	Объем
Норма емкости на один условный вагон грузов, хранимых в штабелях (Неш), м ³	75
Норма емкости на один условный вагон грузов, хранимых на стеллажах (Нес), м ³	120
Норма площади экспедиции на один условный вагон грузооборота склада (Нпэ), м ²	40
Норма площади распаковочной на каждый вагон однодневного грузооборота (рассчитывается только для непродовольственных складов и добавляется к площади кладовых) (Нпр), м ²	40
Норма площади упаковочной на одного упаковщика (добавляется к площади кладовых) (Нпу), м ²	5–8
Норма площади фасовочной на один фасовочный агрегат (рассчитывается только для продовольственных складов) (Нпф), м ²	75
Норма площади грузовых коридоров, соединяющих кладовые с экспедицией (Икс), м ²	10 % расчетной площади кладовых с упаковочной
Площадь кабинета директора (Пкд), м ²	10
Площадь помещения для грузчиков и шоферов (Пр), м ²	10
Площадь хозяйственной кладовой (Пхк), м ²	15–25
Норма площади конторы на каждого конторского работника (Нпк), м ²	3,5
Норма площади комнаты образцов (рассчитывается только для непродовольственных складов) (Нко), м ²	7–8 на одного товароведа, но не менее 25 на склад
Норма площади комнаты отдыха и приема пищи персонала склада на одного работника (Нпо), м ²	0,2
Норма площади коридоров в административно-бытовых помещениях (Нка)	20 % расчетной площади этих помещений

Приложение 2

**Численность персонала продовольственных
и непродовольственных складов, работающих
в одну смену (Чп)**

Категория работников	Складская площадь (Псо), м ²		
	До 3000	От 3001 до 4000	Свыше 4000
Продовольственный склад			
Всего	30	75	80
В том числе:			
– административно- управленческий персонал (Чап)	6	11	12
– упаковщики-отборщики (Чу)	5	7	10
Непродовольственный склад			
Всего	50	60	100
В том числе:			
– административно- управленческий персонал (Чап)	15	16	30
– упаковщики-отборщики (Чу)	10	12	15
– товароведы (комнаты товарных образцов) (Чт)	4	6	8

Нормативные материалы

- ГОСТ Р 51074 «Продукты пищевые. Информация для потребителя» (утв. и введен в действие Постановлением Госстандарта РФ от 17 июля 1997 г. № 255).
- ГОСТ Р 51303-9 «Торговля. Термины и определения» (утв. и введен в действие с 1 января 2000 г. Постановлением Госстандарта РФ от 11 августа 1999 г. № 242-ст).
- ГОСТ Р 51304-99 «Услуги розничной торговли. Общие требования» (утв. и введен в действие Постановлением Госстандарта РФ от 11 августа 1999 г. № 243-ст).
- ГОСТ Р 51305-99 «Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу» (утв. и введен в действие Постановлением Госстандарта РФ от 11 августа 1999 г. № 244-ст).
- ГОСТ Р 51773-2009 «Розничная торговля. Классификация предприятий». Гражданский кодекс Российской Федерации.
- Перечень основных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих деятельность предприятий розничной торговли.
- Письмо Госкомстата от 13 марта 1995 г. № 1-304/32-2 «О порядке оформления ценников на реализуемые товары».
- Постановление Правительства РФ от 13 мая 1997 г. № 575 «Об утверждении перечня технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков».
- Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» (с изм. и доп. от 20 октября 1998 г., 2 октября 1999 г., 6 февраля 2002 г.).
- Постановление Правительства РФ от 21 июля 1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам» (с изм. и доп., от 2 октября 1999 г., 7 декабря 2000 г.).
- Постановление Правительства РФ от 6 июня 1998 г. № 569 «Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами» (с изм. и доп. от 12 октября 1999 г., 22 февраля 2001 г.).

- Приказ Министерства торговли СССР от 23 июля 1973 г. № 139 «Инструкция о книге отзывов и предложений на предприятиях розничной торговли и общественного питания» (с изм. от 18 июня 1987 г.).
- Санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов» (утв. Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 7 сентября 2001 г. № 23).
- Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» (в ред. Федерального закона от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ, с изм и доп. 2007 г.)
- Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (в ред. Федерального закона от 7 января 1999 г. № 18-ФЗ с изм. от 29 декабря 2001 г., 24 июля 2002 г., 25 июля 2002 г.).
- Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп. от 2006 г.).
- Федеральный закон от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт».
- Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
- Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (с изм. и доп. от 13 марта 2002 г., 21 марта 2002 г., 9 декабря 2002 г., 10 января 2003 г., 27 февраля 2003 г., 11 марта 2003 г.)

Список литературы

Основная

- Дашков Л. П.* Коммерция и технология торговли : учебник для студентов вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. 10-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К, 2010. 696 с.
- Дашков Л. П.* Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К, 2010. 911 с.
- Егоров В. Ф.* Организация торговли : учебник для вузов / В. Ф. Егоров. СПб. : Питер, 2006. 352 с.
- Памбухчиянц В. К.* Организация, технология и проектирование торговых предприятий : учебник / В. К. Памбухчиянц. М. : ИВЦ «Маркетинг», 1998. 320 с.
- Правила торговли. М. : Изд-во «Экзамен», 2006. 319 с. (Сер. «Документы и комментарии».)
- Приемка товаров по количеству, ассортименту, комплектности и качеству. Екатеринбург : ИД «Ажур», 2010. 36 с.
- Сайткулов Н. Н.* Техническое оснащение торговых организаций : учеб. пособие / Н. Н. Сайткулов. М. : ИД «Деловая литература», 2005. 336 с.
- Чкалова О. В.* Торговое дело : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Коммерция (торговое дело)» / О. В. Чкалова. 2-е изд., перераб. М. : Эксмо, 2010. 319 с.

Рекомендуемая

- Бунеева Р. И.* Коммерческая деятельность. Организация и управление : учебник / Р. И. Бунеева. Ростов н/Д : Феникс, 2009. 365 с.
- Горфинкель В. Я.* Предпринимательство : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям / В. Я. Горфинкель и др. ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка. 5-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ, 2010. 687 с.
- Ибрагимов Л. А.* Инфраструктура товарного рынка : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Л. А. Ибрагимов. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 359 с.

- Карх Д. А.* Услуги розничной торговли на потребительском рынке : монография / Д. А. Карх. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2009. 111 с.
- Капдашин Л. И.* Основы технологии товародвижения и организации торговли / Л. И. Капдашин. М. : Юнити, 2003. 133 с.
- Курноскина О. Г.* Правовое регулирование розничной торговли в вопросах и ответах / О. Г. Курноскина. М. : Альфа пресс, 2004. 152 с.

Учебное издание

Никитина Наталья Юрьевна
Шкурко Валентина Евгеньевна
Шарова Валентина Евгеньевна

ОРГАНИЗАЦИЯ
ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
ПРОЦЕССОВ

Учебное пособие

Заведующий редакцией *М. А. Овечкина*
Редактор *Е. Е. Крамаревская*
Корректор *Е. Е. Крамаревская*
Компьютерная верстка *Н. Ю. Михайлов*

План выпуска 2016 г. Подписано в печать 29.09.2016.
Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура Times.
Уч.-изд. л. 5,8. Усл. печ. л. 6,5. Тираж 100 экз. Заказ № 267.

Издательство Уральского университета
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ.
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.
Тел.: +7 (343) 350-56-64, 350-90-13.
Факс: +7 (343) 358-93-06.
E-mail: press-urfu@mail.ru