

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

Рекомендовано

*Федеральным государственным учреждением
«Федеральный институт развития образования»
в качестве учебного пособия для использования в учебном процессе
образовательных учреждений, реализующих программы
среднего профессионального образования
по специальности 100800 «Товароведение (по группам однородных товаров)»
и дополнительного профессионального образования*

*Регистрационный номер рецензии 119
от 14 мая 2010 г. ФГУ «ФИРО»*

4-е издание, стереотипное



Москва

Издательский центр «Академия»

2014

УДК 620.2:658.562(075.9)
ББК 30.609:30.607я75
О-641

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой
экономики и управления народным хозяйством Московского
государственного университета технологий и управления *Е. В. Минаева*;
кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции и технологии
торговли Российского университета кооперации *А. М. Турков*

Организация и технология торговли : учеб. пособие для
О-641 студ. учреждений сред. проф. образования / [З. В. Отскочная,
Ю. А. Наплёкова, И. И. Чуева, О. Н. Дегтярь]. — 4-е изд., стер. —
М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 192 с. — (Тор-
говля).

ISBN 978-5-4468-0490-0

Рассмотрены сущность процесса товародвижения, основы его организации, инфраструктура оптовой и розничной торговли, товаронабжение розничной торговой сети, значение тары и упаковки в товародвижении. Приведены сведения о товарных складах, их устройстве и техническом оборудовании. Раскрыты организация и технология складских помещений, перевозки грузов разными видами транспорта, транспортно-экспедиционных операций в торговле, а также организация технологического процесса в розничном торговом предприятии.

Учебное пособие может быть использовано при освоении ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» по специальности 100701 «Коммерция».

Учебное пособие предназначено для студентов учреждений среднего и высшего профессионального образования и для повышения квалификации специалистов в области торговли.

УДК 620.2:658.562(075.9)
ББК 30.609:30.607я75

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Коллектив авторов, 2010
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2010
© Оформление. Издательский центр «Академия», 2010

ISBN 978-5-4468-0490-0

Предисловие

Объектом курса «Организация и технология торговли» являются процессы, выполняемые оптовой и розничной торговлей. Торговля организует и осуществляет непрерывный, сложный процесс товародвижения, без которого невозможно потребление, а следовательно, и весь процесс воспроизводства. Товар готов к употреблению только тогда, когда он закончил свое движение к потребителю. Доведение товаров от производства до потребителя — это сложный организационно-хозяйственный и технологический процесс, направленный на удовлетворение спроса населения.

Технология — это комплекс основных функциональных процессов конкретной отрасли деятельности, это сердцевина организации. В отраслях материального производства технология содержит основные производственные процессы, на транспорте — процесс перевозки, в торговле товарами народного потребления — процессы товародвижения и обмена.

Технология, применительно к торговле, является совокупностью приемов, способов и методов эффективного выполнения торговых процессов, а организация призвана увязать отдельные торговые процессы в одно стройное целое, в один общий рациональный торгово-технологический процесс, т. е. осуществить внутреннюю упорядоченность, согласованность и взаимодействие частей единого торгово-технологического процесса.

Структура данного курса предусматривает строгую последовательность и логику, соответствующую основным этапам движения товаров от производства до конечного потребителя.

Курс «Организация и технология торговли» тесно связан с рядом научных дисциплин, в частности, с экономикой, планированием на предприятии, маркетингом, товароведением, оборудованием предприятий торговли, логистикой, рекламой, мерчендайзингом и др.

1

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

ГЛАВА

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

Основной задачей торговли является организация распределения и движения материальных ресурсов из сферы производства в сферу потребления таким образом, чтобы было обеспечено своевременное предложение товаров в нужном месте, в достаточном количестве, необходимого ассортимента и надлежащего качества.

Обмен между сферами производства и потребления, происходящий в процессе торговли, имеет две стороны: торговую (коммерческую) и технологическую (процесс товародвижения).

Товары народного потребления, выработанные промышленными и сельскохозяйственными предприятиями и предназначенные для продажи населению, должны пройти определенный путь из сферы материального производства через сферу товарного обращения до покупателя. Это обусловлено тем, что производство и потребление отдалены друг от друга пространством и временем. Этот разрыв заполнен процессом товародвижения. Товародвижение можно рассматривать как процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления.

Товародвижение — это технологический процесс, включающий транспортирование товаров различными видами транспорта, прохождение через склады и доставку их в розничную торговую сеть.

Товародвижение предусматривает создание технологической цепи, обеспечивающей своевременное и бесперебойное доведение товаров от производства до потребителей в необходимом количестве и ассортименте, высокого качества с наименьшими затратами труда и средств.

По маркетингу — товародвижение — это деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением товаров от мест производства к местам использования для удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя.

Процесс товародвижения рассматривается в двух аспектах. Во-первых, как технологическая система, представляющая материально-вещественный поток товаров и, во-вторых, как кибернетическая система, представляющая собой потоки и процессы переработки экономической (коммерческой) информации.

Материальную основу товародвижения составляют производственные (технологические) процессы, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения — транспортирование, погрузочно-разгрузочные работы, хранение, комплектование партий товаров, сортировка, фасовка.

Кибернетическая (организационно-хозяйственная) сторона процесса товародвижения включает в себя заключение договоров, контроль за договорной работой, применение экономических санкций за нарушение условий поставки товаров и др.

Процесс товародвижения осуществляется под воздействием следующих факторов, указанных на рис. 1.1.

Из **производственных факторов** наибольшее влияние на организацию процесса товародвижения оказывают: размещение производства; специализация производственных предприятий; сезонность производства отдельных товаров.

Чрезмерное приближение производственных предприятий к источникам сырья может привести к неравномерному распределению их на территории страны и удалению от районов потребления. Это вызывает необходимость перевозки товаров на большие расстояния, требует участия оптового звена торговли, что приводит к замедлению и усложнению процесса товародвижения.

Специализация производственных предприятий оказывает большое влияние на организацию процесса товародвижения, особенно это касается товаров сложного ассортимента, которые не могут поступать в магазины без предварительной подсортировки на складах оптовых предприятий.

Сезонность производства предполагает, что отдельные виды товаров могут быть заготовлены или произведены только в определенное время года. Торговый ассортимент многих товаров (одежды, обуви и др.) существенно изменяется в зависимости от

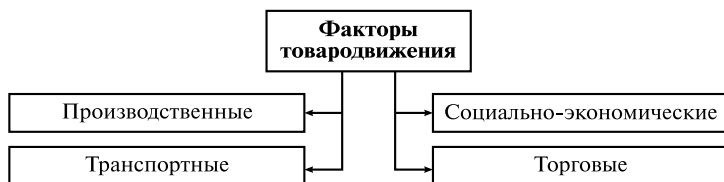


Рис. 1.1. Факторы, влияющие на процесс товародвижения

сезона года, что также вызывает ярко выраженный сезонный характер их производства. Поэтому в организацию процесса товародвижения должны постоянно вноситься коррективы, связанные с необходимостью длительного хранения товаров.

К числу **транспортных факторов** относят: состояние транспортных путей сообщения; виды транспорта, используемые при перевозке товаров.

Для обеспечения бесперебойного и экономичного функционирования процесса товародвижения необходимо наличие хорошо развитой транспортной сети и оптимальной структуры парка транспортных средств (определенного количества специализированного транспорта, транспортных средств различной грузоподъемности и т. д.).

Основными **социально-экономическими факторами** являются: расселение населения и его состав; уровень денежных доходов населения.

С учетом влияния этих факторов по-разному подходят к организации торгового обслуживания жителей городов и сельского населения. От влияния этих факторов во многом зависит интенсивность процесса товародвижения.

Торговые факторы также оказывают существенное влияние на процесс товародвижения. К ним относят: типы, размеры и размещение предприятий торговли; степень сложности ассортимента реализуемых товаров; физико-химические и биологические свойства товаров; уровень организации товароснабжения розничной торговой сети; квалификация торговых работников; применяемые методы продажи товаров и другие факторы.

Повышение эффективности и рационализации технологического процесса обеспечивается целой системой организационно-технологических мероприятий и, в частности, посредством строгого соблюдения принципов, выработанных практикой торговой деятельности.

К этим принципам относятся.

1. Использование кратчайших путей движения товаров.
2. Установление оптимальной формы и звенности движения товаров с широким применением централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть.
3. Выбор рациональных транспортных средств и эффективное их использование.
4. Широкое применение тары-оборудования и средств механизации погрузочно-разгрузочных и складских работ.
5. Постоянное совершенствование и оптимизация технологической цепи товародвижения.

Использование кратчайших путей движения товаров обеспечивает наименьший путь прохождения товара от производства

до потребителя, и чем скорее он движется на этом пути, тем меньше становится разрыв времени между производством и потреблением, тем быстрее проходит процесс воспроизводства.

Установление оптимальной формы и звенности товародвижения предполагает, что товар в своем движении от производства до розничного звена должен проходить через минимально необходимое число промежуточных оптово-складских звеньев, так как каждое новое звено влечет за собой дополнительные расходы на погрузочно-разгрузочные работы, приемку, хранение, отпуск и учет товаров. Завоз товаров на склад может быть целесообразен при необходимости подсортировки товаров, создания торгового ассортимента и концентрации товарных запасов для бесперебойного снабжения розничной торговой сети.

При *выборе рациональных транспортных средств и эффективного их использования* необходимо учитывать расстояние перевозки, вид и физико-химические свойства товаров. Должна быть обеспечена максимальная загрузка транспорта, сокращены его простои, исключены порожние пробеги.

Широкое использование в процессе товародвижения тары-оборудования позволяет не только исключить тяжелые ручные процессы, значительно повысить производительность труда, но и добиться значительного экономического эффекта от ее внедрения.

Во всех звеньях технологической цепи товародвижения должны широко использоваться средства механизации погрузочно-разгрузочных работ. Их применение позволяет более эффективно использовать транспортные средства и рабочую силу, существенно ускорить процесс товародвижения.

Высокую эффективность товародвижения обеспечивает *постоянное совершенствование и оптимизация всей его технологической цепи*. Это достигается единством технологической цепи, соответствием ее требованиям поточной обработки грузов, при которой каждая предыдущая операция одновременно является подготовкой к последующей. Особенно важное значение здесь имеют операции, связанные с подготовкой товаров к продаже (их фасование, упаковывание, комплектование необходимого ассортимента и т. д.). В современных условиях эти операции в больших объемах выполняются как на предприятиях оптовой, так и розничной торговли.

Для внедрения новой технологии в процесс товародвижения к товарам предъявляются технологические требования и требования коммерческого характера.

К *технологическим требованиям* относятся:

- высокая степень подготовленности каждой единицы к продаже покупателю;

- наличие индивидуальной защитной упаковки товара;
- удобство и безопасность работы с товаром;
- мобильность — подготовленность для механизации труда (наиболее подготовленными для этого считаются товары в таре-оборудовании);
- унификация размеров тарных единиц (товара), создание модульных систем размеров.

К *требованиям коммерческого характера к товару* относятся:

- эффективность внешнего вида;
- наличие известных рекламных символов;
- наличие специальной объективной коммерческой информации на каждой единице товара и упаковке;
- легкость количественно-суммового учета (кодирование информации для машинного считывания).

Организация технологической цепи товародвижения с соблюдением названных требований позволит обеспечить высокую эффективность всего процесса товародвижения.

На характер процесса товародвижения большое влияние оказывают его форма и звенность.

Форма товародвижения — это организационный прием, представляющий собой разновидность способов продвижения товаров от производителя к потребителю.

Различают транзитную и складскую формы товародвижения.

Транзитная форма — это поступление в розничную торговую сеть из предприятий промышленности (по прямому каналу) преимущественно товаров простого ассортимента (хлеба, безалкогольных напитков, соков, пива, молока, соли, сахара, овощей, фруктов и т. д.).

Складская форма используется у товаров сложного ассортимента. Товар проходит одно или несколько оптовых предприятий для подсортировки, комплектования торгового ассортимента, образования необходимых запасов на складах.

Предприятия или организации, участвующие в процессе движения товаров, называются *звеньями товародвижения*. Различают торгово-организационную и складскую звенности.

Торгово-организационная звенность — это количество оптовых торговых предприятий и организаций, участвующих в оптовых закупках.

Складская звенность — это количество складских звеньев, через которые проходит товар на пути движения от производства до розничной торговой сети.

Рациональная организация товародвижения должна обеспечить прохождение товаров через минимальное количество звеньев и своевременное поступление их в розничную торговую сеть.

Критерием оценки рационального варианта товародвижения могут служить: оборачиваемость товаров; частота поступления их в розничную торговую сеть; размер транспортных расходов.

1.2. Каналы и уровни товародвижения

Функции товародвижения осуществляются через каналы.

Каналы товародвижения — это все организации или отдельные лица, связанные с передвижением или обменом товаров. Благодаря каналам устраняются длительные разрывы во времени, месте и праве собственности, отделяющие товары и услуги от тех, кто хотел бы ими воспользоваться. Организации при этом могут быть участниками или посредниками.

Каналы распределения можно охарактеризовать по числу составляющих их уровней.

Уровень канала распределения — это любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него конечному покупателю. Поскольку определенную работу выполняют и сам производитель, и конечный потребитель, они тоже входят в состав любого канала.

Протяженность канала обозначается по числу имеющихся в нем промежуточных уровней.

Товародвижение осуществляется через прямые и косвенные каналы (рис. 1.2).

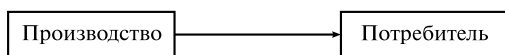
1. Прямые каналы товародвижения существуют без использования независимых посредников. При установлении прямых каналов или каналов нулевого уровня взаимодействие между производителем и потребителем осуществляется по определенной схеме.

2. Косвенные каналы товародвижения — это каналы, связанные с перемещением товаров и услуг от производителя к независимому участнику товародвижения, а затем к потребителю. Косвенные каналы бывают трех уровней.

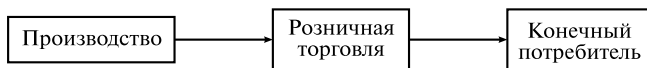
Одноуровневый канал — включает одного посредника. На потребительских рынках этим посредником обычно бывает розничный торговец, а на рынках товаров промышленного назначения им оказывается агент по сбыту или брокер.

Двухуровневый канал — включает двух посредников. На потребительских рынках такими посредниками обычно становятся оптовые и розничные торговцы, на рынках товаров промышленного назначения могут быть промышленный дистрибьютор и дилеры.

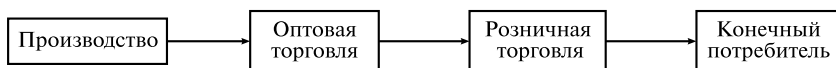
Трехуровневый канал — включает трех посредников. При этом между оптовым и розничным торговцами стоит мелкий оптовик.



Прямой канал товародвижения



Косвенный одноуровневый канал товародвижения



Косвенный двухуровневый канал товародвижения



Косвенный трехуровневый канал товародвижения

Рис. 1.2. Прямой и косвенные каналы товародвижения

Мелкие оптовики покупают товары у крупных оптовых торговцев и перепродают их небольшим предприятиям розничной торговли, которые крупные оптовики, как правило, не обслуживают.

Кроме того, каналы товародвижения могут быть простыми и сложными и могут основываться на устном согласии между небольшим производителем и местным розничным торговцем и на письменном контракте между производителем, оптом и розницей.

В условиях рынка осуществляется планирование товародвижения и сбыта.

Планирование товародвижения — это систематическое принятие решений в отношении физического перемещения и передачи собственности на товар или услугу от производителя к потребителю, включая транспортирование, хранение и совершение сделок.

Планирование товародвижения осуществляется производителем или фирмой.

При этом выбор каналов сбыта осуществляется с учетом следующих факторов:

- концентрации, количества и размера средней покупки потребителем;
- потребности в товарах, размещения и часов работы магазинов;
- стоимости единицы товара, массы единицы товара, его делимости и периода хранения;
- конкуренции в системе сбыта.

Фирмы, производящие товары, должны определять интенсивность использования каналов товародвижения.

При управляемом канале доминирующая в процессе товародвижения фирма планирует программу маркетинга и распределяет обязанности между участниками.

Лидером может быть производитель, оптовик или розничный торговец.

При эксклюзивном (локальном) распределении и сбыте фирма выполняет ряд функций:

- ограничивает количество оптовых и розничных торговцев в географическом регионе;
- может использовать один или два магазина в конкретном торговом районе;
- реализует минимум товаров по очень высокой цене и получает высокую долю прибыли (на единицу товара);
- обеспечивает престижный образ марки фирмы;
- осуществляет контроль над каналами сбыта.

Данный канал применяется, главным образом, для исключения конкуренции между продавцами данной фирмы на рынке и поднятия престижа фирмы в глазах потребителей.

При избирательном распределении и сбыте фирма использует среднее количество оптовиков и розничных торговцев, осуществляет контроль над каналами сбыта, получает больший объем прибыли за счет увеличения реализации количества товаров.

Чаще всего такой сбыт осуществляется для дорогих, престижных товаров.

При интенсивном сбыте используется максимальное число оптовых и розничных торговцев, широкий рынок сбыта, массовая реализация, охват наибольшего числа потребителей, имеется высокая прибыль, однако относительная прибыль невысока.

Достоинство подобного вида — в наличии очень плотной сбытовой сети, а недостаток — существование большого числа мелких покупателей и сложный контроль за их платежеспособностью.

Контрольные вопросы

1. Что такое товародвижение?
2. Какие факторы влияют на процесс товародвижения?
3. Перечислите принципы, на которых основывается процесс товародвижения.
4. Какие существуют формы товародвижения?
5. В чем заключаются технологические требования к товарам при внедрении новой технологии в процесс товародвижения?

6. В чем заключаются требования коммерческого характера к товарам при внедрении новой технологии в процесс товародвижения?
7. Что такое звенность товародвижения?
8. Что такое канал и уровень товародвижения?
9. Какие существуют базисные типы каналов товародвижения?
10. Как осуществляется планирование товародвижения и сбыта в условиях рынка?