

УДК 658.8

Игошин М.М.

ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Одной из важных предпосылок эффективного функционирования экономики является развитие торговли, которая должна опираться как на государственный, так и на рыночный механизм влияния на потребительский рынок. Указом Президента Украины от 11 июля 1995г. № 603 «О государственном регулировании отношений в сфере торговли» предусмотрено всемерное развитие рыночной и оптовой торговли, а также торгово-производственной сферы на основе использования рыночных механизмов хозяйствования, осуществления технической политики в сфере торговой деятельности; содействие насыщению потребительского рынка товарами, расширение их в ассортименте и повышение качества с учётом спроса населения [1].

В этой связи возрастает роль управления, призванного обеспечить потребность всех уровней управления в своевременной и достоверной информации, для принятия экономически обоснованных решений, возможности прогнозирования, дальнейшего повышения эффективности деятельности торгового предприятия, а также для обеспечения в целом оптово-розничной реализации товаров потребителям.

Возрастание роли управления обусловлено и усложнением организационных форм современного бизнеса, в результате чего в центре внимания оказались внутренние процессы, происходящие на предприятиях, оценка деятельности различных уровней с точки зрения интересов предприятия в целом, а также внутреннее ценообразование. В условиях, когда предприятия могут свободно покупать и продавать продукцию (товары) на внутреннем и внешнем рынке, цена перестает быть чисто учетным показателем, а приобретает реальное экономическое содержание. Оно может быть основано на издержках, спросе, конкуренции или на их сочетании. Поэтому важное место в анализе товарооборота занимает оценка влияния различных факторов на его общий объем.

На современном этапе развития рыночной экономики в Украине предприятия оптово-розничной торговли занимают центральное место в народно-хозяйственном комплексе страны. От успеха отдельных предприятий зависит объём создаваемого валового национального продукта, социально-экономическое развитие общества, степень удовлетворенности в материальных и духовных благах населения страны.

Предприятие представляет собой такую форму организации хозяйства, при которой индивидуальный потребитель и производитель взаимодействуют

посредством рынка с целью решения трех основных экономических проблем: что, как и для кого производить.

При этом никто из предпринимателей и организаций сознательно решением этой триады экономических проблем не занят (каждый решает в стихии рынка на индивидуальном уровне).

Торговая деятельность в коммерческой сфере осуществляется через розничную и оптовую торговлю, создание профильных, универсальных, специализированных магазинов, салонов, торговлю по образцам, торгово-закупочную деятельность, биржевую деятельность и т.д. Она осуществляется в соответствии с законодательством Украины и полученными лицензиями на право осуществление данных видов деятельности.

Важнейшим показателем, выражающим развитие торговли является товарооборот. Розничный товарооборот представляет собой совокупность продаж товаров непосредственно населению и в некоторой доле другим предприятиям в виде мелкого опта.

Систематическое увеличение физического объема розничного товарооборота и сопряженных с ним показателей – количества предприятий розничной торговли и численность занятых работников в данной отрасли – выражает в целом тенденции развития торговли в стране и оказывает влияние на макроэкономические показатели.

Что же касается отдельно взятого предприятия розничной торговли, то здесь при анализе дислокации розничной торговой сети необходимо обратить внимание на следующие данные: наименование, типы розничных торговых предприятий, среднемесячный розничный товарооборот, площадь торгового зала и помещений для хранения товаров, численность работников, режим работы магазина, расстояние от магазина до оптовой базы или другого поставщика

Для успешного повышения экономических показателей деятельности оптово-розничного предприятия необходимо определять частоту и оптимальные размеры завозимых партий товара для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю товарами соответствующего ассортимента при минимальных размерах товарных запасов. Количество заказываемых товаров должно полностью обеспечивать устойчивость ассортимента и бесперебойную их продажу до очередного завоза и, вместе с тем, исключать образование излишних запасов. При определении этого количества учитывают частоту завоза товаров и среднедневную их реализацию, неснижаемые запасы и остатки товаров на день завоза. Если составляется заявка на завоз товаров сложного ассортимента (готовое платье, обувь и др.), то количество изделий по размерам, расцветкам и т.д., заказывают с учетом в продаже их удельного веса, выявленного по данным изучения спроса.

Товары-новинки, которыми магазин ранее не торговал и возможная среднедневная реализация которых неизвестна, рекомендуется для начала заказывать небольшими пробными партиями.

В современном бизнесе успешного функционирования предприятия оптово-розничной торговли существует проблема отлаженного торгово-технологического процесса, который представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых

(коммерческих) и технологических операций и является завершающей стадией всего процесса товародвижения [2].

Структура торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности торгового предприятия, применяемого метода продажи товаров, типа, размеров магазина и других факторов.

Большую роль в торгово-технологическом процессе играют коммерческие операции. Их своевременность и качество выполнения влияют на широту ассортимента предлагаемых товаров, бесперебойность торговли ими и на качество обслуживания покупателей. К числу таких операций относят изучение спроса покупателей, составление заявок на завоз товаров, формирование оптимального ассортимента, организацию рекламы и информации.

Таким образом, торгово-технологический процесс в магазине можно подразделить на три основные части: операции с товарами до предложения их покупателям; операции с непосредственным обслуживанием покупателей; дополнительные операции по обслуживанию покупателей [3].

Более четкое снабжение магазинов товарами, не отрывает работников розничных торговых предприятий от выполнения их основных функциональных обязанностей. При рационально организованной централизованной доставке товаров эффективнее используется рабочая сила и транспорт, снижаются издержки обращения. К важнейшим преимуществам централизованной доставки относят возможность комплексной механизации погрузочно-разгрузочных работ, сокращение простоя автомашин под погрузкой-разгрузкой, возможность оптимального построения маршрута, наиболее эффективно используется специализированный транспорт, широкое применение находит тара-оборудование. Товары завозятся ритмично по графикам, благодаря чему в магазинах поддерживается стабильный ассортимент. Ускоряется оборачиваемость товаров, уменьшается их порча. При централизованной доставке завоз товаров в розничную торговую сеть может осуществляться собственным транспортом поставщика или транспортом общего пользования. Если завоз товаров осуществляется автотранспортом общего пользования, то наряду с договором поставки, который заключается между поставщиком и покупателем, поставщик заключает договор с автотранспортным предприятием на перевозку грузов.

Централизованная доставка товаров должна осуществляться по строго установленным графикам, представляющим собой расписание времени отборки и доставки товаров в магазины. При составлении графиков учитывают размещение розничной торговой сети, объём завозимых товаров и периодичность их завоза, особенности эксплуатации используемого транспорта.

Централизованная доставка может осуществляться двумя видами маршрутов — маятниковым и кольцевым. При использовании маятниковых или линейных маршрутов автомашина за каждый рейс доставляет товары в одно торговое розничное предприятие. Эффективность в этом случае достигается при загрузке автомашины до её максимальной грузоподъёмности. При кольцевых маршрутах

полногрузная машина доставляет за один рейс товары в несколько предприятий, находящихся на пути её движения [3].

Маршруты доставки товаров разрабатываются с учётом территориального размещения сети розничных торговых предприятий. С этой целью составляют карту-схему размещения обслуживаемых розничных торговых предприятий и по ней определяют возможные транспортные связи между несколькими населёнными пунктами, в которых расположены предприятия розничной торговли. Сначала составляют линейные маршруты, а затем формируют кольцевые. Маршруты составляются с учётом обеспечения оптимальных показателей работы транспортных средств. В основе расчётов потребности в транспортных средствах лежат данные об объёмах заявок розничных торговых предприятий, грузоподъёмности транспортных средств и среднем количестве рейсов.

В системе мероприятий, направленных на обеспечение рациональной организации централизованного товароснабжения розничной торговой сети, важная роль принадлежит разработке технологических схем товароснабжения, основанных на применении взаимоувязанных транспортных систем. Схемы с использованием тары-оборудования предусматривают выполнение следующих основных операций: комплектование ассортимента товаров для каждого магазина и укладка их в контейнер; зачехление и пломбирование контейнера; доставка и передача опломбированных контейнеров и сопроводительных документов в экспедицию оптовой базы; группировка контейнеров по принятым маршрутам; оформление передачи загруженных контейнеров водителям транспортных средств; погрузка и крепление контейнеров в кузове транспортного средства; доставка контейнеров с товарами на розничное торговое предприятие, выгрузка контейнеров и перемещение их в зону приемки, хранения или торговый зал магазина; оформление сдачи-приемки контейнеров с товарами; приём, погрузка и доставка на базу порожних контейнеров [3].

Для упрощения управления процессом товароснабжения могут использоваться технологические карты, которые являются детальной разработкой важнейших составных элементов централизованной доставки товаров в розничные предприятия торговли. В них указывается день, время доставки товаров в магазин, номер автомашины, обслуживающей маршрут, фамилия водителя, размер партии товара и другие данные.

Оперативное управление доставкой товаров в розничные предприятия осуществляется диспетчерскими службами. Они собирают и обобщают информацию, поступающую от магазинов, и оперативно передают её коммерческим службам предприятий для принятия необходимого решения о завозе товаров.

Таким образом, прежде чем спланировать оптимальный торгово-технологический процесс оптовые предприятия и другие поставщики, осуществляющие централизованный завоз товаров, должны произвести следующие подготовительные мероприятия:

- проанализировать расположение торговой сети, сгруппировать предприятия розничной торговли по типам и объёму товарооборота;

- рассчитывать грузооборот, оптимальные размеры поставки и частоту завоза товаров, потребность в транспортных средствах и многооборотной таре и разработать рациональные маршруты доставки товаров;
- осуществить подготовку механизмов, транспортных средств и оборудования экспедиционных складов и предприятий розничной торговли для рационального выполнения операций, связанных с доставкой товаров;
- установить систему материальной ответственности сторон за выполнение условий доставки.

Список литературы

1. Указ Президента Украины от 11.07.95 г. № 603 «О государственном регулировании отношений в сфере торговли».
2. Данилов Е.И. Повышение эффективности труда в розничной торговле. М: «Знание», 1972г.
3. Дашков Е.И. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. Москва., «Маркетинг», 2000 г.