

ВУЗ

студентам
высших
учебных
заведений

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ



ВУЗ. Студентам высших учебных заведений

Коллектив авторов

**Организация и
технология торговли**

«Высшая школа»

2009

УДК [339.1+658.6](075.8)
ББК 65.42я73

Коллектив авторов

Организация и технология торговли / Коллектив авторов —
«Высшая школа», 2009 — (ВУЗ. Студентам высших учебных
заведений)

ISBN 978-985-06-1708-8

Излагаются практические и теоретические основы построения единой технологической цепи движения товаров от производства до конечного потребителя с использованием современных достижений науки, техники и прогрессивных технологий. Характеризуются подходы к организации торговли, тенденции ее развития. Особое внимание уделяется организации технологических процессов в опте и в рознице, экономическому обоснованию технологических решений. Предыдущее издание вышло в 2005 г. Для студентов экономических специальностей вузов, учащихся средних специальных учебных заведений, специалистов.

УДК [339.1+658.6](075.8)
ББК 65.42я73

ISBN 978-985-06-1708-8

© Коллектив авторов, 2009
© Высшая школа, 2009

Содержание

Предисловие	6
1. Научно-технический прогресс в торговле	8
1.1. Государственное регулирование и правовое обеспечение научно-технического прогресса в Беларуси	8
1.2. Автоматизация торговли: значение, основы построения автоматизированных систем и автоматизированных рабочих мест, классификация программного обеспечения и электронных устройств	12
1.3. Значение и особенности автоматизации оптовой торговой организации	17
1.4. Значение и особенности автоматизации розничной торговой организации	20
2. Организационная структура торговли	24
2.1. Основы организации торговли	24
2.2. Признаки организационного построения торговой отрасли	25
2.3. Лицензирование торговой деятельности	28
2.4. Организационные структуры розничной торговли Республики Беларусь	32
2.5. Организационное построение оптовой торговли Республики Беларусь	35
2.6. Роль и задачи потребительской кооперации в торговом обслуживании населения Республики Беларусь	37
Конец ознакомительного фрагмента.	40

Светлана Николаевна Виноградова

Организация и технология торговли

© Издательство «Высшая школа», 2009

Предисловие

В условиях усиления конкуренции и меняющейся конъюнктуры рынка важное значение приобретают совершенствование организации и технологии торговли, оперативный учет специалистами отрасли происходящих на рынке изменений, внедрение научно-технических достижений и современных технологий, выбор наиболее эффективных из них.

В связи с этим правомерно включение дисциплины «Организация и технология торговли» в учебные планы подготовки кадров высшей квалификации по специальности «Коммерческая деятельность» (специализации «Коммерческая деятельность и товароведение непродовольственных товаров», «Коммерческая деятельность и товароведение продовольственных товаров», «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления»).

«Организация и технология торговли» является специальной дисциплиной, формирующей теоретические и практические знания о торговых процессах, их содержании, механизме взаимодействия, формах и методах организации, способах оценки различных вариантов и выборе оптимальных из них. Эта дисциплина тесно связана с экономическими и товароведческими науками. Изучение ее строится на комплексном подходе к созданию единой технологической цепи товародвижения, на рассмотрении всех операций в реальной последовательности их осуществления и во взаимосвязи, на учете взаимодействия сфер производства и обращения, смены формы стоимости и перехода товара в личное потребление.

При рассмотрении данных вопросов в качестве основной предпосылки определено, что инновационность и интенсификация торговли требует детальной разработки технологии процессов, соблюдения рациональной последовательности операций, использования современных технологий и способов их выполнения.

К числу важнейших вопросов, предлагаемых для изучения, относятся организационные принципы и структура торговли, основы научно-технического прогресса, на которых базируются технологические процессы во всех звеньях товаропроводящей цепи, роль транспорта и тары при выполнении технологических операций с товаром; формы и методы организации торговых процессов, подходы к оценке их эффективности и выбору наиболее рациональных, выявление резервов повышения культуры торговли и качества торгового обслуживания населения.

Программой курса, на основе которой подготовлен учебник, предусмотрено разграничение предмета изучения процессов в торговле с рядом дисциплин, которые выделились из данного курса: «Оборудование предприятий торговли», «Логистика». Выделение этих дисциплин – закономерное и прогрессивное явление. В комплексе их изучение создает основу для усвоения управленческой науки «Логистика». Такой набор дисциплин позволяет более глубоко изучить те проблемы, которые становятся актуальными в определенный период, и формирует основу для качественно новых возможностей при изучении дисциплины «Организация и технология торговли».

С целью исключения дублирования вопросы, представленные более глубоко в выделенных курсах, в данном учебнике не рассматриваются. Не вошли в него также вопросы проектирования и строительства объектов торговых организаций, в связи с тем что они рассмотрены в отдельном учебном пособии.

Данный учебник обеспечивает возможность детального изучения содержания технологических процессов в торговле, методов эффективного управления ими, с тем чтобы создать основу для подготовки конкурентоспособных специалистов на рынке труда менеджеров торговли.

Цель учебника – вооружить студентов современными знаниями, методами организации торговли и управления технологическими процессами, навыками выявления резервов совер-

шенствования отрасли, моделирования оптимальных вариантов технологических решений на основе инноваций.

Авторы не претендуют на полноту изложения всех вопросов и с благодарностью примут пожелания по улучшению содержания учебника, с тем чтобы использовать их при его переиздании.

Учебник подготовлен преподавателями кафедры коммерции и технологии торговли Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации и Академии управления при Президенте Республики Беларусь.

Авторами учебника являются:

доцент С.Н. Виноградова – предисловие, главы 3, 6, 8, 9, 11, 12 (§ 12.1–12.5), 13;

доцент О.В. Пигунова – главы 5, 12 (§ 12.6), 14 (кроме § 14.3), 15 (§ 15.1, 15.2, 15.4–15.6);

доцент С.П. Гурская – главы 2, 7, 15 (§ 15.3, 15.9);

доцент Бобович – глава 1;

доцент Н.Г. Петухова – глава 10;

ассистент Н.Л. Каунова – глава 4;

ассистент Л.Г. Богуцкая – глава 14 (§ 14.3).

С. Н. Виноградова

1. Научно-технический прогресс в торговле

1.1. Государственное регулирование и правовое обеспечение научно-технического прогресса в Беларуси

Торговля товарами народного потребления – одна из крупнейших отраслей страны по численности занятых работников и масштабам хозяйственной деятельности. От ее эффективного функционирования зависят в значительной мере развитие производительных сил и благосостояние народа.

Важное средство повышения эффективности торговли – ускорение темпов научно-технического прогресса.

Научно-технический прогресс (НТП) – это взаимосвязанное поступательное развитие науки и техники, процесс непрерывного совершенствования орудий и средств труда, технологии и организации производства, повышения его технического уровня на основе создания, освоения и распространения новых знаний.

НТП – это прогресс научных знаний, результатом которых являются нововведения, т. е. прогрессивные изменения техники, технологии, продукта, организации производства.

Научные достижения находят свое выражение не только в технике и технологиях, но также в знаниях и навыках людей. Нововведения требуют психологической и организационной перестройки, подготовки и переподготовки кадров, изменений в системе управления.

Переход к рыночной экономике ведет к коренной перестройке всех слагаемых НТП – планирования, управления, финансирования, кредитования и стимулирования, международного научно-технического сотрудничества.

К числу основных направлений этой перестройки относятся:

- ограничение роли государства. Оно планирует и организует разработку и освоение только ограниченного числа крупнейших нововведений на основе долгосрочных комплексных программ, ориентированных на крупные структурные сдвиги; организацию инновационного цикла «производство – сбыт – обслуживание» осуществляют товаропроизводители (организации) по своей инициативе и за свой счет;

- замена централизованного планирования государственно-общественным регулированием НТП с помощью законодательных органов, исполнительной власти и научно-технической общественности;

- усиление роли рыночного механизма в обеспечении динамичного соответствия спроса и предложения на нововведения, установление договорных цен;

- стимулирование конкуренции субъектов хозяйствования различных форм собственности в получении права на разработку технических проектов, предлагаемых на рынке;

- внедрение таких инструментов регулирования рынка нововведений, как государственные заказы, целевые субсидии (субвенции), гранты (контракты на конкурсной основе), льготные кредиты, налоговые и ценовые льготы, ускоренная амортизация.

Особенности НТП на современном этапе обусловлены научно-технической революцией (вторая половина XIX–XX вв.), перешедшей в революцию технологическую.

По определению английского философа Д. Бернала, научно-техническая революция – это совокупность взаимосвязанных глобальных переворотов в технике и науке, приводящих к изменению структуры производительных сил и места работника в производственной системе.

Современная научно-техническая революция означает переход к новому этапу развития человеческой цивилизации, на котором:

- создается единая техническая база с многозвенными технологическими комплексами;
- основной формой общественного богатства становятся знания, умения и навыки;
- занятость работников в сфере услуг (информационных, финансовых, торговых и др.) становится выше, чем в материальном производстве;
- производство ориентируется на изготовление все более широкого и часто обновляемого ассортимента изделий по конкретным заказам потребителя;
- увеличивается доля занятых на рабочих местах принципиально нового типа, открывающих перспективу полного использования и всестороннего развития способностей человека.

Основой НТП является научно-технический потенциал общества, т. е. организованная определенным образом система кадрового, научного, информационного, материально-технического и управленческого обеспечения для решения научно-технических проблем.

НТП в общественном производстве, воздействуя на объемы производства и качество продукции, в значительной мере определяет темпы развития сферы обращения и возможности радикальных преобразований в этой сфере.

Ускорение НТП в торговле имеет особое значение, так как по уровню производительности труда эта отрасль хозяйства отстает от других.

Современное высокоиндустриальное производство товаров требует соответствующей ему технологии обращения.

Доведение товаров от производства до потребителя должно быть таким же четким, как и конвейер современного производственного процесса, иначе торговля неизбежно будет сдерживать производство.

От производительности труда в торговле зависят:

- скорость продвижения товаров до покупателей, скорость их обслуживания (а фактор времени в современных условиях имеет высокую социально-экономическую значимость);
- товарооборачиваемость, ускорение которой ведет к снижению товарных потерь и других издержек, к более быстрому обновлению ассортимента;
- улучшение экономических результатов деятельности торговой организации.

Интенсификация процессов в сфере товарного обращения необходима для наращивания масштабов ее деятельности без дальнейшего существенного роста численности занятых.

Научно-технический прогресс стимулирует развитие товарооборота, повышение рентабельности торговли, совершенствование технологии и материально-технической базы, системы управления в отрасли; вносит существенные изменения в содержание и характер труда торговых работников, их профессиональный состав и уровень подготовки, способствует углублению разделения труда.

Результаты научно-технического прогресса в торговле непосредственно отражаются на работе не только самой отрасли. С прогрессом тесно связано решение таких важнейших социально-экономических проблем, как сокращение времени, затрачиваемого населением на приобретение товаров и услуг; облегчение домашнего труда, снижение затрат нервной энергии, вызываемых очередями в магазинах; повышение эффективности труда в других отраслях народного хозяйства.

Об уровне научно-технического прогресса в торговле судят по тому, как повышается общий уровень культуры торговли, как создаются максимальные удобства покупателям при выборе и приобретении товаров и услуг, снижаются издержки потребления, являющиеся мериллом культуры торговли.

Прогресс торговли – составная часть НТП всего общественного производства. Успехи, достигнутые в результате научно-технического прогресса промышленности (машиностроения, электроники, химии и т. д.), являются базой технического вооружения торговли, ее оснащения современными машинами, механизмами и приборами.

В свою очередь технический прогресс торговли активно влияет на производство, создает необходимые предпосылки для его ускорения и расширения.

Управление научно-техническим прогрессом предполагает целенаправленное воздействие на процесс развития науки и техники, повышение эффективности исследований и освоения нововведений.

Особая роль принадлежит планированию и прогнозированию НТП как первому этапу управленческой деятельности.

Государственное регулирование НТП является объективной необходимостью, и его основными составляющими являются:

- выбор приоритетов научно-технической деятельности;
- прогнозирование важнейших направлений научно-технической и структурно-инвестиционной политики;
- разработка государственных, отраслевых и межгосударственных научно-технических программ;
- финансирование и налогообложение в сфере научно-технической деятельности;
- размещение государственных заказов на научно-техническую продукцию на конкурсной основе.

Государство развивает систему научно-технической информации, обеспечивает охрану интеллектуальной собственности, подготовку научных кадров.

К числу органов государственного управления научно-техническим прогрессом в Республике Беларусь относятся:

- Министерство образования Республики Беларусь;
- Комитет по науке и технологиям при Совете Министров Республики Беларусь, включая Государственное учреждение «Национальный центр интеллектуальной собственности»;
- Национальная академия наук Республики Беларусь;
- Комитет по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Республики Беларусь;
- Экспертная комиссия по кассовым суммирующим аппаратам и компьютерным системам при Министерстве по налогам и сборам Республики Беларусь.

Государственное управление сочетается с широким привлечением общественности к управлению НТП, развитием деятельности рационализаторов и изобретателей, повышением роли научно-технической организации как основного звена управления прогрессом.

Поэтому значительна роль в управлении НТП Белорусской торгово-промышленной палаты и Республиканского совета Белорусского общества изобретателей и рационализаторов (БОИР).

Правовое обеспечение научно-технического прогресса – это система норм и отношений в области науки и техники, санкционируемых и охраняемых государством.

Оно является комплексным, так как включает нормы гражданского, трудового, административного и других областей права.

К числу государственных документов и нормативных актов правового обеспечения научно-технического прогресса относятся:

- Закон Республики Беларусь «Об основах государственной научно-технической политики» от 12 ноября 1997 г.;
- Закон Республики Беларусь «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» № 160-З, принятый 16 декабря 2002 г. и вступивший в силу 4 июня 2003 г.;
- «Правила проведения патентной экспертизы заявки на выдачу патента на изобретение», утвержденные Постановлением Комитета по науке и технологиям при Совете Министров Республики Беларусь № 22 от 16 июня 2003 г.;

- соответствующие ГОСТы, постановления, методики, рекомендации, инструкции, типовые положения, принятые и утвержденные правительством Республики Беларусь.

1.2. Автоматизация торговли: значение, основы построения автоматизированных систем и автоматизированных рабочих мест, классификация программного обеспечения и электронных устройств

Рыночные отношения предъявляют повышенные требования к своевременности, достоверности и полноте информации, без которой немыслима эффективная торговля. Роль информации в торговле на современном этапе существенно изменилась. Информация приобрела преобразующий и определяющий характер. Рост объемов информации вызывает необходимость широкого использования информационных технологий в управлении торговлей. Для осуществления эффективной коммерческой деятельности торговым организациям необходима такая информационная база, которая бы содержала нужные оперативные и нормативные данные. Оперативные данные отражают текущее состояние коммерческой деятельности организации и требуют частого обновления в соответствии с реальной обстановкой. Поэтому эффективный учет и обработку поступающей информации в торговые организации можно осуществить лишь с помощью автоматизированной информационной системы.

Автоматизированная информационная система (АИС) – представляет собой совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, технологических средств и специалистов, предназначенную для обработки информации и принятия управленческих решений с помощью ПЭВМ.

Создание АИС способствует повышению эффективности коммерческой деятельности и обеспечивает высокое качество управления. Тенденция к усилению децентрализации управления влечет за собой распределенную обработку информации и создание автоматизированных рабочих мест специалистов.

Автоматизированное рабочее место (АРМ) можно определить как совокупность информационных, программных и технических ресурсов, обеспечивающую конечному пользователю обработку данных и автоматизацию управленческих функций в конкретной предметной области. Автоматизированные рабочие места должны создаваться строго в соответствии с их предполагаемым функциональным назначением. Однако общие принципы создания АРМ остаются неизменными. К ним относят системность, гибкость, устойчивость, эффективность.

Системность подразумевает следующее: автоматизированное рабочее место должно представлять собой систему взаимосвязанных компонентов. При этом структура АРМ должна четко соответствовать тем функциям, для выполнения которых создается данное автоматизированное рабочее место.

Гибкость имеет огромное значение при создании современных и эффективно работающих автоматизированных рабочих мест. Данный принцип означает возможность приспособления АРМ к предполагаемой модернизации как программного обеспечения, так и технических средств. В настоящее время, когда скорость устаревания программных и технических средств постоянно растет, соблюдение данного принципа становится одним из важнейших условий при создании АРМ.

Для обеспечения принципа гибкости автоматизированного рабочего места все подсистемы отдельно взятого АРМ выполняются в виде отдельных модулей. Чтобы при замене не возникало проблем несовместимости, все элементы должны быть стандартизированы.

Принцип устойчивости заключается в выполнении заложенных в АРМ функций, независимо от воздействия как внутренних, так и внешних факторов. При возникновении сбоев работоспособность системы должна быстро восстанавливаться, неполадки отдельных элементов должны легко устраняться.

При создании АРМ надо учитывать, что его эффективность будет во многом определяться правильным распределением функций и нагрузки между работником и машинными средствами обработки информации, ядром которых является ПЭВМ. Только тогда АРМ становится средством повышения не только производительности труда и эффективности управления, но и социальной комфортности специалистов.

Практический опыт использования АРМ позволяет выделить следующие требования к эффективно и полноценно функционирующему автоматизированному рабочему месту:

- своевременное удовлетворение информационных потребностей пользователя;
- минимальное время ответа на запросы пользователя;
- адаптация к уровню подготовки пользователя и специфике выполняемых им функций;
- возможность быстрого обучения пользователя основным приемам работы;
- надежность и простота обслуживания;
- понятный интерфейс;
- возможность работы в составе вычислительной сети.

Создание автоматизированных рабочих мест предполагает, что основные операции по накоплению, хранению и переработке информации возлагаются на вычислительную технику, а пользователь выполняет часть ручных операций и операций, требующих творческого подхода при подготовке управленческих решений. Персональная техника применяется пользователем для контроля торговой деятельности, изменения значений отдельных параметров в ходе решения задачи, а также ввода исходных данных в АИС для решения текущих задач и анализа функций управления.

По степени комплексности решения автоматизации управления торговой организацией автоматизированные рабочие места делятся на:

- автоматизированные рабочие места, не являющиеся частью единой системы управления организацией. Это наиболее простой, но и менее эффективный вариант автоматизации рабочего места для коммерческих работников, так как не позволяет минимизировать затраты на обработку информации. Такое АРМ рассматривается как система, которая в интерактивном режиме работы предоставляет конкретному работнику (пользователю) все виды обеспечения монополю на весь сеанс работы. Пользователь сам выполняет все функциональные обязанности по преобразованию информации;
- автоматизированные рабочие места, входящие в единую систему управления организацией. Более сложный, но и более эффективный вариант автоматизации, при котором используется удаленный доступ к ресурсам центрального (главного) компьютера и (или) внешней сети.

Следует учитывать, что автоматизации поддается только часть информационных потребностей коммерческих работников (расчеты показателей, группировка информации по различным критериям и др.). Персональный компьютер на рабочем месте коммерсанта выполняет функции высокопроизводительного помощника (организация файлов, поиск, сортировка, составление отчетов, воспроизведение данных на экране), но не может полностью заменить человека на его рабочем месте.

Проекты автоматизации торговли отличаются от проектов автоматизации иных видов деятельности и видов учета по следующим причинам:

- системы автоматизации торговли достаточно часто требуют интеграции с разнообразным компьютеризированным торговым оборудованием: сканерами штрих-кодов, принтерами этикеток (штрих-кодов), терминалами сбора данных и т. д.;
- при автоматизации торговли возрастает значимость факторов производительности и надежности системы автоматизации вследствие больших объемов данных, которыми оперирует торговая организация, а также высокого уровня оперативности ввода данных в систему и их анализа;

- при автоматизации торговли акцент всегда делается на автоматизации значительного количества формализованных бизнес-процессов (закупки, хранение, обработка заказов и т. д.), в то время как, например, бухгалтерский учет в торговой компании достаточно простой;

- практически всегда при внедрении новой системы автоматизации торговли или сложных функций существующих систем автоматизации вопрос о «ручном» вводе данных в новую систему не стоит – большой объем данных требует максимального использования автоматических средств;

- непрерывный цикл работы торговой организации существенно усложняет планомерное внедрение системы автоматизации.

Программное обеспечение для автоматизации торговли делится на следующие виды:

- торговые системы центрального офиса (head-office);
- торговые системы магазина (back-office);
- кассовые программы (front-office).

Кассовые программы (front-office) позволяют организовать взаимодействие между торговым оборудованием, предназначенным для продажи товаров, и торговой системой магазина (back-office). Кассовые программы могут обеспечивать передачу информации в торговую систему магазина двумя принципиально различающимися способами.

Первый способ – off-line. Данный способ работы означает, что кассовая программа в дискретные промежутки времени получает данные (целиком или только изменения) от торговой системы и помещает их на локальный диск кассового аппарата. При обслуживании продаж она пользуется только этими локальными данными. Также дискретно в торговую систему передаются результаты работы кассы. Обмен может проходить и через дискеты, модемную связь. Достоинством этого решения является надежность. Даже если произошел сбой локальной сети, кассовый аппарат продолжает работать;

Второй способ – on-line. Этот способ применяется именно для оперативного получения в торговой системе данных о работе каждой кассы, мгновенного контроля остатков, резервирования товара, торговли со склада и т. п. В этом случае кассовая программа постоянно обменивается с торговой системой через локальную сеть.

Торговая система в магазине (back-office) занимается поддержанием ассортимента, заказами, управлением ценами и др.

Торговую систему центрального офиса (head-office) можно рассматривать как логистическую. Она может быть как оптовая, так и розничная, распределять товар и в собственные магазины, и сторонним организациям. Логистическая система может быть централизованной и децентрализованной в зависимости от того, кто делает заказ в дистрибьюторский центр. Если организация состоит из одного магазина, ее торговая система будет объединять функции магазина и центрального офиса.

Поддержка электронного торгового оборудования входит в штатный функциональный набор всех торговых систем. В табл. 1.1 приведены основные виды электронных устройств, используемых для автоматизации торговли на основе применения штрихового кодирования.

Таблица 1.1

Основные виды электронных устройств, используемых для автоматизации торговли на основе применения штрихового кодирования

Вид оборудования	Функциональное назначение
POS-терминал, системный кассовый суммирующий аппарат	Поддержка всех функций продаж на кассовом узле (POS-узле), графический интерфейс, авторизация карточек, программы лояльности, мониторинг кассиров
Сканер штрих-кодов	Считывание штрих-кода товаров с целью передачи его в другие устройства
Терминал сбора данных	Проведение инвентаризаций товара в магазине и на складе
Принтер ценников	Печать ценников и плакатов с ценами
Принтер этикеток	Печать этикеток для весового и невесового товара
Весы с возможностью печати	Определение веса товара с возможностью печати этикетки
Check-out весы (с возможностью сканирования штрих-кода)	Определение массы товара на кассовом узле
Весы самообслуживания с печатью	Взвешивание и этикетирование товаров самим покупателем

POS-терминалы в торговом зале должны быть объединены в сеть с персональными компьютерами, которые могут быть установлены как у администратора магазина, так и на складах, в бухгалтерии, коммерческом отделе и т. д. При поступлении партии товаров на склад работники магазина с помощью сканера вводят в компьютерную базу данных их штрих-код, количество, цену и иную информацию. При поступлении на склад товаров без универсальных штрих-кодов, на них наносят идентификационные ярлыки. Всеми кассовыми аппаратами управляет центральный компьютер (сервер), который формирует и пополняет прайс-лист каждой кассы, а также получает отчет о продажах.

Существуют три основных варианта организации передачи информации между отдельными элементами автоматизированной системы:

- Сеть, построенная на основе оптоволоконных линий связи. В этом случае удастся создать полностью онлайн-систему, когда центральный офис выполняет функцию магазина, а все магазины сети работают как его торговые секции. Такое решение имеет две отрицательные стороны. Первая – дороговизна оптоволоконных линий. По этой причине значительно удаленные друг от друга магазины зачастую объединять в сеть с помощью подобной технологии порой нерентабельно, так как создание и обслуживание оптоволоконных и радиоканалов достаточно дорого. Другой минус оптоволоконной сети состоит в том, что если связь прервется, то остановится работа всей сети.

- Использование механизма репликации. Этот вариант недорогой, но скорость передачи данных невысокая. *Репликация* – это копирование изменений в таблицах базы данных и их пересылка на удаленные серверы. Недостатком репликации является наличие таких ситуаций, когда, например, новый товар уже поступил в систему удаленного магазина, а новой цены еще нет. Если требуется оперативный обмен информацией между офисом и магазинами, механизм репликации будет явно неудовлетворительным. Этот механизм уместно использовать в тех случаях, когда достаточно обмениваться информацией не чаще одного раза в день. Кроме того, следует предупредить, что в случае повреждения линии связи сеть, работающая по принципу репликации, вынуждена простаивать.

- Связь на основе базы документов. Данный вариант передачи информации основан на том, что никаких изменений в магазине не может произойти, пока туда не пришел какой-либо новый документ из центрального офиса, то есть все виды связи между магазинами представляют собой пересылку одного или нескольких документов, а также полной информации по всем содержащимся в них товарам. Надежность системы, построенной на таком способе связи, очень высока, а область применения практически не ограничена.

Оценка эффективности процесса автоматизации торговли это достаточно сложный вопрос даже для специалистов. Дело в том, что эффект от применения системы автоматизации комплексный и имеет как экономическую составляющую, так и организационную, имид-

жевую и т. п., что также имеет большое значение для развития организации и что в деньгах, особенно в краткосрочной перспективе, посчитать трудно или вообще невозможно. Например, повышение оперативности и качества управления позволяет избежать дорогостоящих промахов и ошибок, сработать быстрее и эффективнее конкурентов. Следует также иметь в виду, что положительный эффект, как правило, проявляется не сразу, а спустя некоторое время. Например, рост культуры обслуживания приводит к повышению товарооборота и формированию положительного имиджа, что в свою очередь сказывается на рыночных позициях субъекта хозяйствования. Необходимо также анализировать эффект от системы на каждом этапе ее внедрения и эксплуатации. По оценкам специалистов на разработку и внедрение проекта комплексной автоматизации (охватывающего все подразделения организации и большинство задач выполняемых сотрудниками организации) необходимо будет потратить до 5 % годового товарооборота торговой организации.

Таким образом, многовариантность автоматизации торгово-технологических процессов требует от торговых организаций четкого их описания, определения конкретных целей и задач автоматизации.

1.3. Значение и особенности автоматизации оптовой торговой организации

Сегодня ряд организаций, занимающихся оптовой закупкой и продажей товаров, ясно осознали, что для дальнейшего развития бизнеса нужно срочно решать накопившиеся проблемы. Интенсивное увеличение товарооборота связано с оформлением большого количества документов, оперативной отгрузкой товаров, контролем за их сохранностью и хорошим складским учетом, а для регулирования ассортимента понадобился оперативный сбор данных от покупателей (дилеров) о динамике продаж, оборотах и других показателях. В современных условиях эту информацию следует быстро и грамотно консолидировать и обрабатывать, чтобы извлечь из нее сведения, необходимые для планирования дальнейших действий. Имеющиеся во многих оптовых организациях информационные системы с назревшими задачами уже не справляются: одновременная работа множества пользователей вызывает торможение в программе, ее нужно постоянно модернизировать.

Большинство белорусских торговых организаций, оперирующих товарами, не имеют пока на своем вооружении самых передовых программных комплексов, а именно современных систем управления деятельностью предприятия (ERP). Некоторые организации используют только электронные таблицы Excel, а некоторые имеют в своем распоряжении самостоятельно разработанную программу складского учета или используют доработанную бухгалтерскую систему.

Под *системой управления торговой организацией* следует понимать не только программное обеспечение и соответствующее техническое оборудование, но и организацию работы с товаром в целом. Любая сложная программная система становится эффективной только тогда, когда ее правильно используют и внедряют.

Основные цели по автоматизации, которые ставит перед потенциальной системой среднестатистическая оптовая организация:

- сокращение срока подбора заказа, уменьшение складского запаса при одновременном стремлении к сокращению так называемых потерь из-за отсутствия запаса;
- повышение общей управляемости процессов, т. е. появление контроля на всех этапах товарного потока.

Задачами, решаемыми при внедрении современной автоматизированной системы управления современными складскими комплексами, являются следующие:

- оптимальное использование складских площадей и объемов;
- минимизация затрат на складское хранение;
- уменьшение времени, затрачиваемого на проведение всех складских операций;
- уменьшение числа ошибочных складских операций;
- повышение точности и оперативности учета товара;
- устранение потерь, связанных с критичностью сроков реализации товаров;
- оптимизация затрат на заработную плату складских работников.

Каждая из этих задач может быть уточнена количественными показателями, однако следует отметить, что достичь всего и сразу представляется маловероятным. В частности, задача максимизации объема мест хранения может вступить в конфликт с задачей наискорейшего отбора товара. Поэтому необходимо вычленять наиболее приоритетные, ключевые задачи в соответствии со спецификой деятельности организации, текущим моментом ее развития, другими факторами и подчинять им все остальные устремления. Современную автоматизированную систему управления складским комплексом имеет смысл рассматривать как инструмент, который позволяет настраивать разумный баланс решаемых задач, находить золотую середину в соответствии с регулярными и периодическими потребностями организации. Необходимость

постановки и решения конкретных задач должна быть очевидна для организаций, работающих в режиме обостряющейся на рынке конкуренции, когда недостаточные качество и скорость обслуживания клиентов зачастую оборачиваются их потерей.

Функциональные возможности любой современной автоматизированной системы работы оптовой торговой организации можно условно представить в виде следующих уровней:

- технологическая платформа, основополагающие финансовые алгоритмы и система безопасности;
- базовая складская функциональность, что дает возможность работать с первичными документами и обеспечивает классический набор действий по приходу, расходу, покупке, продаже, перемещению товара;
- механизмы планирования складских работ на основе нескольких первичных документов, также на этом уровне обычно уже имеется функционал по заданию простейших правил предпочтительного размещения конкретного товара в тех или иных ячейках склада;
- система управления складом (Warehouse Management Systems, WMS). WMS, базируясь на многочисленных правилах и настройках, сама дает пользователям задания – когда, кому и что надо сделать, где и какой товар разместить, в какой последовательности комплектовать заказы и отгружать их. При комплектации заказа система распределяет товары по паллетам или коробкам так, чтобы соблюдать ограничения по весу, объему и совместимости товаров друг с другом.

Четвертый уровень не может являться последним, так как развитие программных продуктов идет по пути создания новых, более совершенных концепций. К тому же любая система управления не обходится без внесения собственных наработок и адаптаций. Гибкость современных систем управления во многом позволяет, начав с первого уровня, по мере необходимости последовательно подниматься вверх до четвертого уровня – полноценной системы WMS.

Спецификой оптовых организаций является то, что они имеют различные складские помещения с разными вариантами конструкции и размеров, температурным режимом и предназначением. Поэтому отдельно целесообразно разрабатывать проект по автоматизации склада, так как специализированные системы управления складом позволяют учитывать все особенности внутренней структуры склада, включая виды стеллажного оборудования и используемые механизмы, номенклатуру хранимого товара (температурные режимы хранения, вид товара (мерный и сыпучий), сроки хранения, серийные и партионные номера и т. п.), оборачиваемость товара (настройку зон склада с учетом различных скоростей оборачиваемости товара), предоставляемые услуги по ответственному хранению и дополнительной обработке товаров (этикетированию, созданию наборов, доставке и пр.) и т. д. Именно сочетание всех этих возможностей позволяет организовать ритмичную работу склада в целом. Основными предпосылками автоматизации склада служат экономические показатели, такие как объем оборота товара, производственные затраты, потери, связанные с рекламациями и браком, и пр.

Этапы разработки проекта по автоматизации склада могут включать нижеследующие этапы:

1. Предпроектное исследование

1.1. Организационная структура склада

Анализ организационной структуры необходимо провести с точки зрения определения ролей в технологическом процессе, отсутствия дублирования функций, наличия должностных инструкций и механизмов их исполнения.

1.2. Документооборот

Четко определенный документооборот для склада фактически определяет информационный поток, сопровождающий товар на протяжении его жизненного цикла на складе, в том числе фиксирует точки передачи материальной ответственности за товар.

1.3. Регламент прохождения процессов

Регламент здесь понимается как определение строгой и однозначной последовательности действий над предметом труда и запрет его нарушения. Разработка регламента очень тесно связана с документооборотом.

1.4. Склад

Необходимо проанализировать, насколько хорошо проработано разделение склада на зоны. Оно должно быть осуществлено так, чтобы, во-первых, обеспечивалась наблюдаемость товара на протяжении всего его жизненного цикла на складе, во-вторых, учитывалась бы специфика хранения и, в-третьих, было бы достаточно удобно вести разметку склада в будущей программе.

1.5. Товар

Товар является одним из самых важных объектов на складе, он же предмет труда. Правильная и информативная кодировка товара является обязательным условием четкой работы складского комплекса. На разных типах складов даже для аналогичных товаров она может серьезно отличаться.

2. Составление товарных запасов (ТЗ) на автоматизацию склада (обязательно)

3. Технологическое проектирование, моделирование, реинжиниринг работы склада

Комплекс мер по проектному моделированию склада, позволяющий произвести предварительный расчет склада, оценку эффективности работы существующего склада, расчет реструктуризации, наращивания мощностей и автоматизации склада.

4. Прокладка СКС (структурированная кабельная система)

СКС – необходимая основа для построения информационной инфраструктуры объекта (компьютерная сеть, телефонная сеть, организация выхода в Интернет) и интегрированных систем обеспечения технической безопасности.

5. Поставка и настройка оборудования и программного обеспечения, необходимого для эффективного управления складом

Поставка специализированного складского оборудования, погрузо-разгрузочных средств. Установка программного обеспечения автоматизации склада, интеграция в систему оборудования для автоматической идентификации и маркировки штрихового кода.

6. Обучение персонала

7. Техническое сопровождение проекта

Гарантийное и послегарантийное обслуживание, организация круглосуточной «горячей» линии, экстренный выезд специалиста по вопросам, связанным с работой программного обеспечения (ПО) и оборудования, установленного на складе.

Таким образом, автоматизация деятельности складского хозяйства является жизненной необходимостью для оптовой организации. С внедрением автоматической системы учета на складе станут возможными перспективное планирование деятельности склада, безбумажная технология работы, повысится эффективность складских операций, информация о выполняемых заданиях и остатках будет предоставляться в режиме реального времени. Также снизятся затраты на обработку заданий, исключений и ошибок, управление персоналом будет осуществляться посредством заданий, формируемых самой системой автоматизации.

1.4. Значение и особенности автоматизации розничной торговой организации

В Беларуси заметны перемены в схеме торговли. Увеличивается доля крупных магазинов и торговых сетей. Розничные сети в стране, особенно в крупных городах, постепенно вытесняют рынки и одиночные магазины. Огромные гипермаркеты готовы обслуживать десятки тысяч покупателей в день, при этом формат, ассортимент и уровень цен не идут ни в какое сравнение со ставшими привычными за 90-е гг. оптовыми рынками. Теперь свои ежемесячные покупки многие семьи в крупных городах осуществляют в магазинах такого рода.

Необходимость в оперативном управлении магазином вызвана стремительным ростом торгового ассортимента (десятки тысяч наименований), который невозможно поддерживать вручную. Оптимальное пополнение ассортимента возможно лишь с учетом оперативных значений остатков товара. Для розничной торговли характерно накопление в системе огромных объемов данных (хранится каждая позиция каждого чека).

Еще несколько лет назад руководители магазинов и не подозревали, что наступит время, когда им придется серьезно задумываться о телекоммуникационной инфраструктуре своих организаций. Функционирование современной розничной торговой организации практически немыслимо без таких понятий, как локальная вычислительная сеть, Интернет, виртуальная частная сеть, сервисные службы, система управления цепочками поставок и многое другое. Все способствует решению прикладных задач учета товаров, электронного документооборота, выполнению электронных транзакций, предоставлению покупателям справочной информации в режиме онлайн, интеграции с сетями электронной обработки обращений покупателей, поступающих по телефону, через электронную почту или через web-сайты магазинов.

Развертывание сетевой инфраструктуры имеет особое значение для розничных торговых сетей, объединяющих центральный офис, несколько магазинов различного формата (мини-маркет, супермаркеты, гипермаркеты, cash&carry) и выделенные склады-распределители. Таким образом, распределенная телекоммуникационная сеть позволяет осуществлять централизованное управление ресурсами и поставками товаров, поддерживать единую товарную номенклатуру и дисконтную систему, а за счет этого снижать затраты магазинов и создавать дополнительные удобства для покупателей.

Особенностями автоматизации деятельности розничной торговой организации является то, что ей необходимы разнообразные виды оборудования, работающего с технологией штрихового кодирования. К ним относятся: POS-терминалы, сканеры штрих-кодов, терминалы сбора данных, принтеры штрих-кодов, электронные весы, POS-терминалы.

1. Кассовые POS-терминалы построены на базе PC-совместимого компьютера, но имеют существенные отличия от персонального компьютера: POS-терминал должен быть внесен в Государственный реестр контрольно-кассовых машин Республики Беларусь; программное обеспечение для POS-терминалов также вносится в Реестр; POS-терминалы производятся в нестандартном исполнении, по сравнению с обычным компьютером, и включают большое количество специализированных устройств.

Любой POS-терминал, как правило, состоит из следующих функциональных блоков: монитор, системный блок, имеющий в своем составе все присущие обычному PC-совместимому компьютеру узлы – корпус, дисковод, жесткий диск, сетевую карту, порты и т. д. Далее начинаются отличия от обычного компьютера. К специализированным устройствам можно отнести: программируемую клавиатуру, дисплей покупателя, считыватель магнитных карт, принтер чеков, денежный ящик.

POS-терминалы применяются в Беларуси главным образом в крупных магазинах и организациях общественного питания. При этом наблюдается тенденция к увеличению доли POS-терминалов в других сферах торговли и в менее крупных организациях.

2. Сканеры штриховых кодов используются для считывания штриховых кодов. Сканеры подсвечивают код своим осветителем и считывают полученную картинку.

Существует много разновидностей сканеров штрих-кодов. Сканеры отличаются по типам источников излучения. Самые простые – это CCD сканеры, использующие в качестве источника излучения светодиоды. CCD сканеры – недорогие и доступные устройства. Функционально этот тип сканеров обладает небольшим расстоянием считывания штрих-кода – этикетка со штрих-кодом должна быть идеально ровной и четкой. При считывании этикетки с неровной поверхности, например с бутылки, прочесть штрих-код будет очень непросто, если вообще возможно.

Другой тип сканеров штрих-кодов – это лазерные сканеры, имеющие разные характеристики и размеры – от размера карандаша, до больших встраиваемых многоплоскостных сканеров, расстояние считывания которых достигает нескольких десятков сантиметров при любом наклоне этикетки. Существуют также радиосканеры с возможностью работы на удалении от базового блока на несколько десятков метров.

Наиболее универсальными по соотношению “цена – качество” являются ручные лазерные сканеры штрих-кодов. Лазерный ручной сканер для штриховых кодов осуществляет дистанционное автоматическое считывание штрихового кода, нанесенного на ярлыки, этикетки и упаковки товаров (при инвентаризации, отправке, приеме товаров и т. д.). Он обеспечивает надежное высокоскоростное преобразование штрихового кода в электрический сигнал с последующей передачей в микропроцессорные системы, содержащие: дешифратор, персональные компьютеры, кассовые и портативные терминалы, устройства контроля штриховых кодов и т. д. Лазерный ручной сканер обычно выполнен в виде пистолета и может быть подключен к внешним устройствам через разъемы. Ручной сканер вручную наводится на штрих-код. Считывание кода происходит при нажатии на курок.

Для магазинов и супермаркетов, где важна скорость и качество сканирования, идеально подходят большие стационарные многоплоскостные сканеры штрих-кодов. Для стационарных сканеров необходимо поднести носитель штрих-кода (товар в упаковке, пластиковый или картонный пропуск, промаркированная деталь) к сканеру. Сканер обнаруживает и считывает штрих-код, расшифровывает его и передает на компьютер. Сканер может подключаться к компьютеру через последовательный интерфейс или “в разрыв клавиатуры”.

Лазерный стол-сканер предназначен для дистанционного автоматического считывания штриховых кодов с упаковок расфасованных товаров в расчетных узлах торговых организаций. Он должен обеспечивать надежное высокоскоростное преобразование штрихового кода типа EAN/UPC в электрический сигнал с последующей передачей в кассовый терминал. Лазерный стол-сканер встраивается в рабочее место кассира и подключается к кассовому терминалу.

Радиосканер незаменим, если образцы товаров находятся далеко от кассы или регистрирующего компьютера. Трудно представить себе покупателя, продавцов или кладовщиков, подтягивающих газовую плиту к компьютеру, чтобы прочесть с нее штрих-код.

3. Терминал сбора данных представляют собой портативные устройства, способные не только считывать штрих-код, но и вводить с клавиатуры определенную цифровую информацию и даже обрабатывать ее определенным образом – своего рода простой миникомпьютер, который подключается с помощью специальных устройств (кабелем или по сети) к обыкновенному персональному компьютеру. Последний может располагаться у менеджера или товароведа, которые и оперируют информацией, поступившей со склада. Так, с помощью мобильных терминалов можно очень быстро осуществить приемку товара, считав штрих-код и введя с клавиатуры количество (штук, упаковок, ящиков и пр.), а также такую трудоемкую и рас-

пространенную операцию, как инвентаризация (которая также сводится к идентификации и подсчету товара).

4. Принтеры штрих-кодов. В розничной торговле продавцы при регистрации продаж пользуются либо штрихкодом, либо внутренним цифровым кодом, нанесенным на небольшие этикетки. В розничную торговлю товар, как правило, поступает уже с нанесенным штрих-кодом производителя. Но существуют ситуации, когда необходимо производить внутреннее штрих-кодирование. Это необходимо в следующих случаях:

- когда штрих-кода нет вообще;
- когда на однотипном товаре есть штрих-код, но при этом товар обладает разными характеристиками, важными для учета на предприятии, например цвета или размеры;
- когда для приема товара или инвентаризации удобно учитывать товар не в базовых единицах, а в упаковках;
- когда товар имеет уникальный подчиненный код – серийный номер, серию, инвентарный номер и т. д.

Для создания внутренних штрих-кодов служат специализированные принтеры штрих-кодов. Принтеры штрихкодов предназначены для маркировки товаров штриховыми кодами с минимальными затратами труда на складах оптовых и розничных торговых организаций (супермаркетов, магазинов самообслуживания, универмагов, универсамов, аптек, специализированных магазинов). Они обеспечивают:

- автоматическое формирование штрихового кода стандартных международных типоразмеров для этикеток на товары, упаковки, полки, тару и т. д.;
- автоматическую печать установленного количества заданных этикеток;
- ввод исходных данных с клавиатуры устройства или автоматически по линиям связи с компьютера;
- контроль формирования и печати машино- и визуальночитаемой информации с выдачей сообщений об ошибках;
- корректировку ошибочной информации;
- оформление и обрезку этикеток необходимых размеров.

5. Электронные весы предназначены для получения информации о весе товаров. Технологии, используемые в электронных весах, позволяют добиться высокой точности взвешивания, подключить их к автоматизированной системе учета. В розничной торговле электронные весы применяются на различных участках: на складе при приеме товара (платформенные и напольные весы), при фасовке и разделке (фасовочные весы), в весовых отделах торгового зала (торговые весы) и т. д. Отдельный класс составляют портативные электронные весы, используемые при выездной торговле и снабжаемые автономным источником питания.

Система автоматизации торговой деятельности позволяет держать весь процесс под контролем. Она строится с учетом особенностей розничной торговли. Система выполняет поддержку всех операций, обеспечивающих движение товара: приема товара на склад, возврат поставщику, продажу со склада, возврат проданного, передачу в торговый зал, продажу из торгового зала через кассу и по безналичному расчету, переоценку, списание, возврат проданного, инвентаризацию, заявку на склад, заказ поставщику и др. Сканеры для штрих-кодов, принтеры этикеток, электронные весы, терминалы сбора данных, POS-системы, обеспечивающие возможность создания торговых точек в различных частях города, датчики движения, отслеживающие наиболее часто выбираемую посетителями траекторию движения, – все это примеры того, как автоматизация розничной торговли реализуется на практике. Процессы автоматизации розничной торговли стимулируют генерацию новых способов развития торговой системы.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте определения понятиям «научно-технический прогресс» и «научно-техническая революция».
2. Какие государственные органы Республики Беларусь занимаются управлением научно-техническим прогрессом?
3. Перечислите основные государственные документы и нормативные акты правового обеспечения НТП в Республике Беларусь.
4. Дайте определения понятиям «автоматизированная информационная система» и «автоматизированное рабочее место».
5. Перечислите основные принципы и требования построения АРМ.
6. Назовите основные отличия автоматизации торговых организаций от других объектов.
7. На какие виды делится программное обеспечение для автоматизации торговых организаций.
8. Перечислите основные виды электронных устройств, используемых для автоматизации.
9. Укажите основные способы передачи информации между различными элементами автоматизированной системы.
10. Назовите основные цели и задачи автоматизации оптовой организации.
11. Из каких основных этапов состоит проект автоматизации склада.
12. Перечислите основные особенности автоматизации деятельности розничной торговой организации.
13. Дайте краткую характеристику используемого оборудования для автоматизации розничной торговли.

2. Организационная структура торговли

2.1. Основы организации торговли

Торговля является одной из важнейших сфер деятельности, в которой пересекаются интересы многих отраслей, предприятий, организаций и населения.

Процессы хозяйственной деятельности, основанные на разделении и кооперации труда, в любой отрасли народного хозяйства, в том числе и в торговле, нуждаются в определенной организации.

Сущность организации состоит в упорядочении взаимодействий различных сторон и аспектов материальной деятельности людей, направленных на достижение определенных целей. В современных условиях требования к организации торговли возрастают в связи с расширением ассортимента, усложнением хозяйственных связей с другими отраслями народного хозяйства, широким внедрением в торговлю достижений научно-технического прогресса, расширением географии производства, развитием и совершенствованием материально-технической базы торговли.

Главная цель развития торговой отрасли состоит в совершенствовании ее деятельности, обеспечении стабильного платежеспособного спроса различных категорий населения высокочкачественными товарами, расширении их ассортимента преимущественно за счет товаров отечественного производства при высоком уровне обслуживания. Для достижения этой цели требуется решение следующих задач:

- обеспечение приоритетного продвижения на внутренний рынок товаров отечественного производства, совершенствование мер тарифного и нетарифного регулирования в сфере оборота потребительских товаров;
- совершенствование организационных структур управления торговлей, а также организационно-правовых форм субъектов торговли;
- создание соответствующей инфраструктуры торговли;
- проведение работы по концентрации розничной торговой сети на основе создания торговых объектов в формате гипер- и супермаркетов;
- создание отечественных торговых сетей, в том числе на основе организаций государственной формы собственности либо с долей государства в их уставном фонде;
- развитие систем дисконтных продаж, внемагазинных форм торговли (электронная торговля, торговля по образцам и другие подобные формы);
- обеспечение защиты прав потребителей;
- создание отраслевой информационной системы, основанной на современных компьютерных технологиях;
- осуществление комплекса мер по улучшению финансового состояния и обеспечению эффективной деятельности субъектов торговли;
- совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей вопросы торговой деятельности.

2.2. Признаки организационного построения торговой отрасли

Торговля как отрасль народного хозяйства имеет сложное организационное построение. Оно характеризуется, с одной стороны, многообразием форм управления торговыми предприятиями и организациями, а с другой – различием организационных структур управления торговлей отдельных торговых систем.

В основу организационного построения торговли положены четыре признака: административно-территориальный, товарно-отраслевой, ведомственный, форма организации.

Применение *административно-территориального признака* при построении отрасли позволяет успешно сочетать хозяйственное управление со стороны органов руководства министерств и ведомств с общим руководством торговлей со стороны исполнительных комитетов органов местного управления. Следовательно, организационно-хозяйственные звенья торговли имеют двойное подчинение. *Товарно-отраслевой признак* характеризует товарный профиль торговых организаций. По товарной специализации различают следующие виды торговых организаций:

- универсальные, торгующие продовольственными и непродовольственными товарами;
- продовольственные: универсальные, специализированные, неспециализированные;
- непродовольственные: универсальные, специализированные, неспециализированные.

В продовольственной торговле наметилась тенденция к универсализации, а в торговле непродовольственными товарами – создание специализированных торговых объектов.

Особенностью торговли как отрасли народного хозяйства является ее *многоведомственность*. Она проявляется в том, что торговую деятельность осуществляют различные министерства и ведомства: Министерство торговли, Белорусский республиканский союз потребителей (Белкоопсоюз), отделы рабочего снабжения (ОРСы) ряда министерств и транспорта, непромышленные министерства и государственные комитеты, промышленные министерства, предприятия которых выпускают товары народного потребления.

По форме организации торговля подразделяется на следующие виды:

- оптовая торговля;
- розничная торговля;
- общественное питание (торгово-производственная деятельность).

Виды торговли показаны на рис. 2.1.

В Республике Беларусь правовую основу осуществления торговой деятельности, а также ее государственного регулирования определяет Закон Республики Беларусь «О торговле» № 231 от 28 июня 2003 г.

В соответствии с указанным Законом под торговлей понимается предпринимательская деятельность торговых организаций и индивидуальных предпринимателей, в основе которой лежат отношения по продаже произведенных, переработанных или приобретенных товаров, а также по выполнению работ, оказанию услуг, связанных с продажей товаров.



Рис. 2.1. Виды торговли

Государственное регулирование торговли

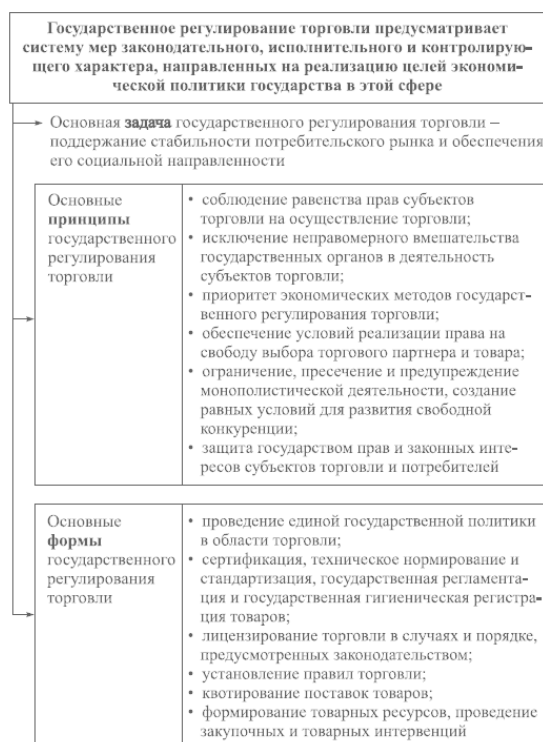


Рис. 2.2. Задачи, принципы и формы государственного регулирования торговли

Субъектами торговли являются торговые организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговлю на территории Республики Беларусь.

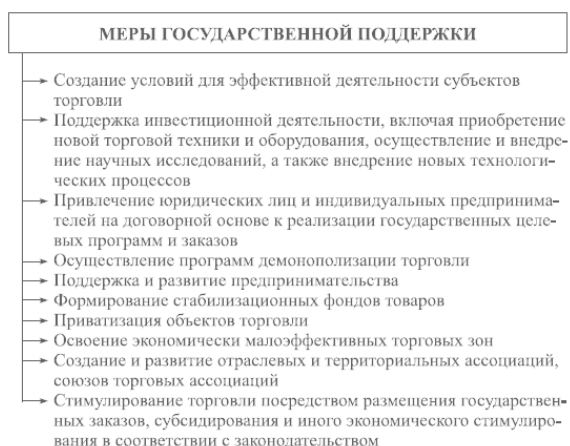


Рис. 2.3. Меры государственной поддержки торговли

Объектами торговли являются товары, а также работы и услуги, связанные с продажей товаров.

В современных экономических условиях государственное регулирование торговли включает основные задачи, принципы, формы и меры государственного регулирования (рис. 2.2), используются различные меры государственной поддержки торговых организаций (рис. 2.3).

2.3. Лицензирование торговой деятельности

Одной из основных форм государственного регулирования торговли является лицензирование в случаях и порядке, предусмотренных законодательством.

Вопросы лицензирования торговой деятельности регулируются ст. 13 Конституции, Гражданским кодексом, Декретом Президента Республики Беларусь «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 17 июля 2003 г. № 17 и другими нормативными актами.

Лицензирование – комплекс реализуемых государством мер, связанных с выдачей лицензий, их дубликатов, внесением изменений и (или) дополнений в лицензии, приостановлением, возобновлением, продлением срока действия лицензий, прекращением их действия, контролем за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий. На рис. 2.4 представлены лицензируемые виды деятельности в торговле. Схематично порядок получения лицензии представлен на рис. 2.5.

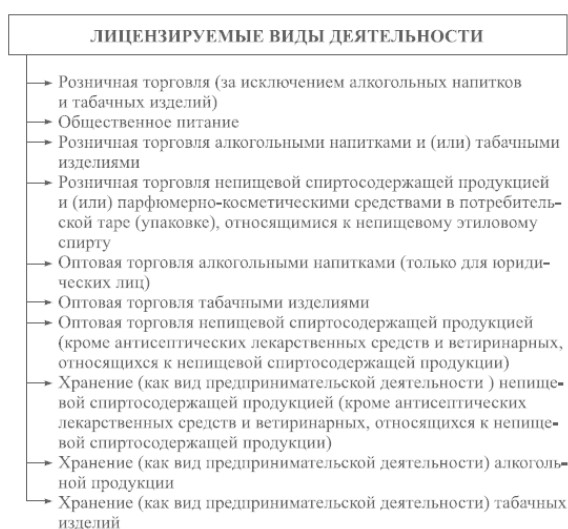


Рис. 2.4. Лицензируемые виды деятельности в торговле

Лицензиат – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, физическое лицо (осуществляющее адвокатскую или частную нотариальную деятельность).



Рис. 2.5. Порядок получения лицензии



Рис. 2.6. Лицензирующие органы по розничной и оптовой торговле

Лицензирующие органы – республиканские органы государственного управления и иные государственные организации, подчиненные Правительству Республики Беларусь, Национальный банк, местные исполнительные и распорядительные органы, другие уполномоченные государственные органы. Лицензирующие органы по оптовой и розничной торговле представлены на рис. 2.6.

Лицензионные требования и условия – совокупность установленных законодательством требований и условий, предъявляемых к соискателю при выдаче лицензии и к лицензиату при осуществлении им деятельности (рис. 2.7).

Соискателю лицензии дополнительно к документам, перечисленным на рис. 2.5, необходимо предоставить и другие документы, установленные соответствующим законодательством.

Не требуется специальных разрешений при реализации бывших в употреблении товаров; проездных талонов, интернет-карт, пластиковых телефонных карт; билетов на посещение театральнo-зрелищных, выставочных и спортивных мероприятий; при продаже сельхозпроизводителями своей продукции (за исключением торговли в торговых объектах); предметов религиозного назначения в культовых зданиях, сооружениях и на относящихся к ним террито-

риях религиозными организациями; образцы товаров, экспонируемых на выставках; произведений живописи, графики, скульптуры и предметов народных промыслов авторами этих произведений (при наличии документов, подтверждающих их профессиональное образование или членство в творческих союзах).

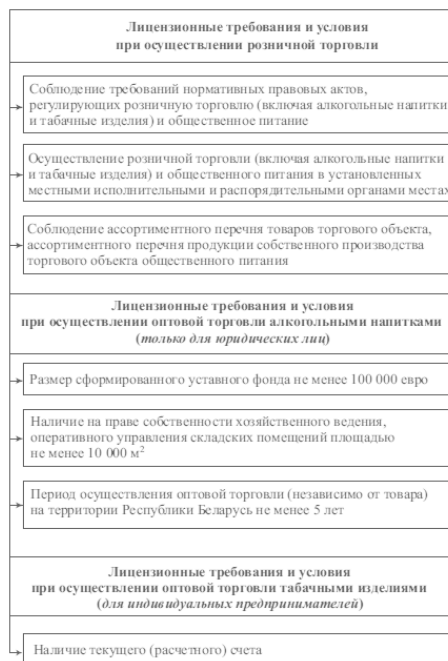


Рис. 2.7. Лицензионные требования и условия, предъявляемые к соискателю лицензии (лицензиату) при осуществлении розничной и оптовой торговли

Лицензирующий орган может аннулировать лицензию при выявлении грубых нарушений лицензиатом. К ним относятся:

- продажа товаров с истекшим сроком годности и (или) хранения, повлекшая создание опасных условий для жизни, нанесения ущерба здоровью, имуществу потребителя;
- осуществление розничной торговли в местах, не установленных местным исполнительным и распорядительным органом;
- отсутствие сопроводительных документов либо не соответствующих действительности документов, подтверждающих приобретение (поступление) товаров, заполненных в установленном порядке;
- несоблюдение ассортиментного перечня товаров;
- торговля алкогольными напитками без акцизных марок и (или) специальных марок, подтверждающих легальность импорта в Республику Беларусь или производства на ее территории таких напитков, если маркировка их акцизными марками и (или) специальными марками предусмотрена законодательными актами;
- торговля табачными изделиями без акцизных марок Республики Беларусь, подтверждающих легальность импорта в Республику Беларусь или производства на ее территории таких изделий, если маркировка их акцизными марками предусмотрена законодательными актами;
- торговля алкогольными напитками без наличия документов и (или) маркировки, предусмотренных законодательством для подтверждения соответствия качества этих изделий установленным требованиям;
- торговля табачными изделиями без наличия документов и (или) маркировки, предусмотренных законодательством для подтверждения соответствия качества этих изделий установленным требованиям;

- неоднократная (два и более раз в течение года) розничная торговля товарами без наличия документов и (или) маркировки, предусмотренных законодательством для подтверждения соответствия требованиям технических нормативных правовых актов;

- осуществление индивидуальными предпринимателями розничной торговли непищевой спиртосодержащей продукцией, расфасованной в потребительскую тару (упаковку) емкостью более 1 литра (массой более 1 килограмма);

- несоблюдение режима работы, установленному торговому объекту, включая торговое место на рынке, а также времени продажи алкогольных напитков;

- и др.

Лицензирующий орган вправе принять решение о приостановлении действия лицензии при выявлении государственным органом просроченной задолженности по расчетам с поставщиками за реализованную лицензиатом мясную и молочную продукцию (свыше одного месяца), за водку, ликероводочные изделия с объемной долей этилового спирта свыше 28 % и табачные изделия (свыше двух месяцев), за продовольственные товары (свыше трех месяцев) при условии, что производство указанных товаров осуществляется на территории Республики Беларусь.

Лицензирующий орган принимает решение о возобновлении действия лицензии на основании заявления или копии документов, подтверждающих осуществление расчетов с поставщиками, в течение 20 дней со дня подачи заявления. При повторном выявлении в течение шести месяцев у лицензиата просроченной задолженности принимается решение об аннулировании лицензии в порядке, установленном законодательством.

2.4. Организационные структуры розничной торговли Республики Беларусь

Розничная торговля – вид торговли товарами, предназначенными для личного, семейного, домашнего потребления и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Организационно-хозяйственными звеньями розничной торговли являются торговые объекты (магазин, павильон, киоск, палатка, автомагазин и др.), торговые организации и торговые системы.

Торговая система – это совокупность организаций розничной и оптовой торговли, входящих в министерство (ведомство), с учетом формы собственности, специфики продаваемых товаров и контингента обслуживаемого населения. Государственную розничную торговлю осуществляют торговые организации Министерства торговли, исполнительных комитетов органов местного управления; органов рабочего снабжения отдельных отраслей промышленности и транспорта; торговые организации и предприятия непромышленных министерств и ведомств; фирменная сеть промышленных министерств и ведомств.

Основной торговой системой государственной торговли является Министерство торговли Республики Беларусь. Для него характерны значительная концентрация и специализация торговой сети, высокий уровень технического оснащения.

Министерство торговли Республики Беларусь осуществляет руководство государственными торговыми организациями непосредственно республиканского и местного подчинения.

Руководство розничной торговлей на местах осуществляют областные и Минское городское управления потребительского рынка и услуг. В их подчинении находятся торговые организации и организации коммунальной собственности.

Большая роль в организации снабжения и обслуживания рабочих и служащих важнейших отраслей промышленности, транспорта, крупных новостроек отводится системе органов рабочего снабжения (ОРС).

ОРС как торговая организация действует на правах отдела промышленного или транспортно-предприятия, объединения, треста. В оперативном отношении он подчиняется руководителю промышленного предприятия, в хозяйственно-финансовом – вышестоящему органу – Управлению рабочего снабжения (УРС).

ОРСы наряду с розничной торговлей могут осуществлять производственную деятельность, обеспечивать общественное питание работников, их бытовое обслуживание и т. п.

На территории республики действуют ДОРОРС Белорусской железной дороги, УРС Министерства транспорта, ОРС «Беларусьнефти», ОРС треста «Белэнергострой» и др. Определенное место в государственной розничной торговле занимают предприятия и организации непромышленных министерств и ведомств, которые наряду с выполнением своих основных функций реализуют населению определенные группы, виды товаров или обслуживают определенный контингент населения. К ним относятся:

- Министерство здравоохранения, организующее продажу лекарств, оптики, предметов санитарии и гигиены на своих предприятиях (аптеки, аптечные магазины и магазины оптики);
- министерства связи, информации и культуры, занимающиеся розничной торговлей печатной и книжной продукцией;
- Министерство жилищно-коммунального хозяйства, имеющее розничную торговую сеть по реализации цветов и ритуальных принадлежностей.

Розничная сеть промышленных предприятий представлена фирменной торговлей, которая получает существенное развитие в современных условиях.

В результате осуществления программы разгосударствления и приватизации в республике были созданы новые виды торговых организаций различных организационно-правовых форм, как правило, основанных на частной форме собственности: арендные предприятия, акционерные общества, малые и совместные предприятия, торговые и торгово-производственные фирмы, ассоциации.

Арендные предприятия образуются путем передачи во временное пользование и за определенную плату имущества государственного торгового предприятия коллективу арендаторов. Они создаются по решению Совета трудового коллектива или коллектива арендаторов и оформляются соответствующим договором аренды. Передача имущества магазина в аренду не влечет за собой передачу права собственности на него, в то время как товары и доходы являются собственностью арендатора. Последний может выкупить за счет своих доходов все имущество, взятое в аренду. *Акционерные общества* – это достаточно крупные хозяйственные формирования, образующиеся путем выпуска ценных бумаг (акций) на всю величину уставного фонда.

Создание таких обществ в розничной торговле возможно на базе крупных розничных организаций (универмаг, универсам, дом торговли).

Малые предприятия могут создаваться на основе любой формы собственности. Основным критерий статуса малого предприятия – предельная численность работающих для розничных организаций не должна превышать 30 человек.

Основными учредительными документами малого предприятия являются устав и учредительный договор. В уставе определяются вид и профиль предприятия, органы управления и контроля, порядок образования имущества, его выкупа, распределения прибыли, условия реорганизации и прекращения деятельности. Устав утверждается учредителем.

В учредительном договоре определяются все обязательства, права и ответственность сторон (учредителя и малого предприятия).

Совместное предприятие (СП) – это общество (товарищество) с ограниченной ответственностью, одним из учредителей которого является иностранный партнер, либо объединение различных предприятий для совместной деятельности. Одним из крупных СП в торговле является «Торговый дом на Немиге».

Торговые и торгово-производственные фирмы создаются на базе местных торгов, а также они могут быть самостоятельными предприятиями.

Ассоциации розничной торговли представляют добровольное объединение предприятий, организованное для решения ограниченного круга задач. Они не заменяют и не централизуют основные виды деятельности, а лишь способствуют укреплению финансовой устойчивости предприятий, формируются как самостоятельные образования, обладающие статусом юридического лица.

Торговые ассоциации могут создаваться по различным признакам:

- региональному (районные, областные и республиканские);
- товарному (по товарным группам);
- межотраслевому (в оптовой и розничной торговле);
- в зависимости от типа предприятий (ассоциации универмагов, универсамов и т. д.).

Основными задачами ассоциаций являются проведение единой ценовой политики; организация внешнеэкономической деятельности; оказание организационно-методического содействия участникам ассоциации; создание единого банка данных о конъюнктуре рынка; пропаганда и распространение передового опыта; подготовка кадров; реализация единой стратегии в области инвестиций для решения общих задач развития материально-технической базы и т. д.

В республике создана «Ассоциация универмагов и торговых домов», в которую вошли ОАО «Торговый дом “Неман”» (Гродно), ОАО «Универмаг “Центральный”» (Могилев), ОАО «Универмаг “Гомель”», ГП «Брестский центральный универмаг», ОАО «ГУМ» (Минск).

Целью создания ассоциации является координация деятельности универмагов и домов торговли, направленная на проведение единой коммерческой политики, эффективную организацию розничной и оптовой торговли, обеспечение защиты интересов и прав участников ассоциации в государственных и иных органах, а также в международных организациях.

2.5. Организационное построение оптовой торговли Республики Беларусь

Оптовая торговля – вид торговли, осуществляемой в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием.

Торговые организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие оптовую торговлю, могут иметь товарные склады, организовывать хранение и переработку товаров, формировать их запасы в объеме и ассортименте, необходимых для бесперебойной торговли, оказывать информационные и иные услуги, связанные с торговлей.

В настоящее время в республике насчитывается свыше 10 тысяч организаций, основным видом деятельности которых является оптовая торговля. В оптовом обороте на долю государственной торговли приходится 9 %, частного опта – 62 % и иностранной формы собственности – 29 %.

Оптовую торговлю товарами народного потребления непосредственно организуют и осуществляют оптовые организации ряда министерств и ведомств.

Ведущую роль играют оптовые организации системы Министерства торговли. В непосредственном подчинении министерства находятся государственные унитарные предприятия «Беловелирторг» и «Белимпортторг». Кроме того, созданы торговые организации в форме открытого акционерного общества (ОАО), имеющие долю государственной собственности в уставном фонде. Это ОАО «Торгодежда», «Трикотажторг», «Обувьторг», «Белгалантерея», «Белхозторг», «Белкультторг», «Белбакалея», «Минбакалеяторг». Оптовую торговлю в областях осуществляют, как правило, специализированные организации по торговле продовольственными и непродовольственными товарами с государственной коммунальной собственностью (унитарные, оптово-розничные предприятия, ОАО). Например, в Гомельской области создано Гомельское коммунальное оптово-розничное унитарное предприятие (ГКО-РУП) «Облторгсоюз».

Кроме того, в системе Министерства торговли оптовую торговлю как товарами народного потребления, так и продукцией производственного назначения осуществляют оптовые организации концерна «Белресурсы» – РУП «Беларусинторг» и ЗАО «Белагроинторг».

В системе потребительской кооперации оптовую торговлю осуществляют ведомственные оптовые организации.

Оптовую торговлю некоторыми товарами народного потребления, специфическими с точки зрения производства и реализации, осуществляют организации и предприятия отдельных министерств и ведомств: Министерство здравоохранения и концерн «Белбиофарм» (лекарственные препараты, предметы санитарии и гигиены), концерн «Белнефтехим» (резиновые изделия), Министерство сельского хозяйства и продовольствия.

Реальные структурные изменения в оптовой торговле способствовали развитию конкуренции, замене одноканальной системы товародвижения, действующей в условиях плановой экономики, многоканальной.

Вместе с тем в развитии оптовой торговли проявились серьезные негативные тенденции, среди которых следует отметить:

- невысокий уровень концентрации капитала, который предопределил функционирование в основном мелких и средних оптовых структур;
- достаточно высокий уровень нецелевого использования складских площадей, которые сдаются в аренду или вообще не используются;
- нестабильное финансово-экономическое состояние оптовых организаций;

- отсутствие гибкой системы ценообразования, что делает оптовых посредников невыгодными поставщиками для розничных организаций по сравнению с изготовителями;
- сокращение поставок товаров сложного и социально значимого ассортимента, пользующегося повышенным спросом у населения.
- сложившаяся экономическая ситуация в оптовой торговле требовала принятия кардинальных решений, направленных на реформирование и повышение конкурентоспособности отечественного опта.

В соответствии с Программой развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006–2010 гг. приоритетные преобразования в сфере оптовой торговли будут направлены на:

- сокращение звенности товародвижения, снижение доли посредников, осуществляющих деятельность на оптовом рынке;
- создание современной инфраструктуры оптовой торговли;
- активное внедрение прогрессивных технологий организации продажи товаров и использование современного оборудования в оптовых организациях;
- развитие структур, осуществляющих оптовую торговую деятельность: оптовые рынки, сетевые и территориальные распределительные центры различных типов, магазины, склады и т. д.

Оптовая торговля будет развиваться на основе выделения в ее составе:

- организаций, специализирующихся на оптовой торговле и осуществляющих полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности на товар к оптовой организации;
- оптовых структур, не использующих в своей деятельности перехода к ним права собственности на товар;
- организаторов оптового оборота, не работающих с товаром, не оказывающих услуги по организации оборота товаров.

В соответствии с законодательством будет проведена работа по реформированию организаций оптовой торговли с долей государственной собственности в *оптовые холдинги*, которые будут подразделяться на следующие типы (по товарному и региональному принципу):

- *универсальные*, объединяющие оптовые организации определенного региона (области);
- *специализированные*, в состав которых будут входить организации различных регионов, но одного товарного профиля;
- *смешанные*, объединяющие оптовые организации различных регионов и разного товарного профиля.

2.6. Роль и задачи потребительской кооперации в торговом обслуживании населения Республики Беларусь

Потребительской кооперации принадлежит важная роль в реализации программы возрождения белорусского села, и в первую очередь в системе жизнеобеспечения сельских жителей страны.

В настоящее время подведомственные Белкоопсоюзу организации обслуживают свыше 4,1 млн жителей населения республики, в том числе все сельское население.

Торговое обслуживание населения обеспечивает 10,8 тыс. магазинов, что составляет 31 % от общего количества в республике, из них 7,9 тыс. расположены в сельской местности. В населенных пунктах, в которых отсутствует стационарная сеть, обслуживание осуществляют 433 автомагазина и лавки на дому.

Учитывая особое положение потребительской кооперации на сельском рынке предусматривается ее активное участие в реализации важных государственных социально-экономических программ, таких как Государственная программа возрождения и развития села на 2005–2010 гг. (далее – Программа возрождения) и Государственная комплексная программа развития регионов, малых и средних городских поселений на 2007–2010 гг.

Формирование инфраструктуры на селе будет направлено на приоритетное развитие торговых объектов в агрогородках. Под понятием «агрогородок» понимают благоустроенный населенный пункт, в котором будет создана производственная и социальная инфраструктура для обеспечения социальных стандартов проживающему в нем населению и жителям прилегающих территорий. В таких населенных пунктах планируется отработать систему предоставления населению полного комплекса услуг, сопоставимого по качеству и широте ассортимента с аналогичными торговыми объектами, расположенными в городах. За 2005–2010 гг. Программой возрождения предусматривается формирование 1491 агрогородка, в которых предусматривается открытие новых торговых объектов (140 магазинов), ремонт и реконструкция торговых объектов (1800 магазинов) и восстановление работы ранее закрытых магазинов (800).

В целях восстановления и повышения роли потребительской кооперации в удовлетворении потребностей сельского населения в товарах и услугах предусматривается:

- ежегодное увеличение объема розничной торговли не менее чем на 6 % за счет совершенствования ассортиментной политики, расширения форм торговли;
- полный охват сельских населенных пунктов приемозаготовительной сетью;
- повсеместный переход на систему заказов сельскохозяйственной продукции в крестьянских (фермерских), личных подсобных хозяйствах (ЛПХ) и сельскохозяйственных организациях на основе договоров;
- организация снабжения ЛПХ семенами растений, саженцами, минеральными удобрениями и т. д., продажа их по предварительным заказам сельских жителей;
- премирование активных сдатчиков продукции, предоставление им скидок на приобретение ряда товаров, льготной оплаты услуг при обработке приусадебных участков;
- передача пустующих или неэффективно используемых торговых помещений в аренду пайщикам, местным жителям, работникам потребительской кооперации, изъявившим желание осуществлять индивидуальную трудовую деятельность.

Повышение качества торгового обслуживания сельского населения и достижение государственного социального стандарта должно осуществляться по следующим направлениям.

1. Как свидетельствует зарубежный опыт, розничная торговая сеть должна гибко реагировать на все изменения в отрасли, для чего необходимо развитие различных форм торгового обслуживания, типов магазинов и рациональное сочетание мелких, средних и крупных магазинов. Развитие конкуренции в зоне деятельности потребительской кооперации требует создания

новых типов магазинов, предназначенных для обслуживания определенных групп населения или выполняющих функции маркетингового обслуживания. В частности, предусматривается строительство в областных центрах, малых и средних поселениях типовых объектов торговой площадью от 500 до 1000 м², а также удобных магазинов (типа «мини-магазин»).

2. Осуществление специализации торговой сети по населенным пунктам в зависимости от численности проживающего в них населения:

- в районных центрах уже создана соответствующая инфраструктура – это сеть крупных универсамов, универсамов, специализированных магазинов по торговле отдельными группами продовольственных и непродовольственных товаров, объектов общественного питания, центров поддержки личных подсобных хозяйств. Указанные торговые объекты имеют все возможности (финансовые, ресурсные и кадровые) для предоставления обслуживаемому населению широкого ассортимента как товаров отечественного производства, так и импортных товаров редкого и периодического спроса;

- в сельских населенных пунктах с численностью более 500 человек предусматривается наличие не менее двух специализированных магазинов по торговле продовольственными и непродовольственными товарами, продукцией общественного питания;

- в сельских населенных пунктах с численностью от 200 человек предусматривается не менее одного магазина по торговле смешанным ассортиментом товаров.

3. В целях совершенствования и повышения эффективности работы автомагазинов предусматривается:

- закрепление за одним автомагазином не более 12–15 населенных пунктов и обслуживания их не реже двух раз в неделю и времени стоянок не менее 30 мин;

- расширение ассортимента реализуемых товаров до 100 наименований за счет оснащения холодильным оборудованием;

- оснащение мест стоянки навесами, скамейками;

- для информирования населения в местах стоянки предоставить информацию о времени прибытия и убытия автомагазинов.

4. Для повышения конкурентоспособности и укрепления лидирующих позиций в районных центрах необходимо создание лучших торговых объектов по опыту Лунинецкого райпо на базе магазинов типа «Универсам» и «Продукты». По их отработке предполагается использование современных технологий, предусматривающих:

- автоматизацию технологических и коммерческих процессов;

- использование компьютерных систем с применением сканирующих устройств и кодирования товаров;

- внедрение самообслуживания;

- расширение перечня дополнительных услуг: предоставление инвентарных корзин и тележек для отборки товаров, прием предварительных заказов, доставка на дом, упаковка товаров в фирменные пакеты и др.;

- организация работы кондитерских цехов, гастрономических производств, кафетериев;

- стандартное рекламное оформление экстерьера и интерьера магазинов;

- устройство подъездных путей и автостоянок.

5. Необходимо повысить уровень технической оснащенности торговых объектов за счет современных видов торгового оборудования, установки специальных компьютерных систем и платежных терминалов для осуществления безналичных расчетов, что позволит увеличить пропускную способность и совершенствовать формы и методы продажи товаров.

6. Формирование конкурентоспособного ассортимента и совершенствование договорных отношений с отечественными производителями обеспечивается за счет организации унитарных предприятий «Продторг», «Промторг» и «Хозторг». Открытие специализированных магазинов по торговле отдельными группами продовольственных и непродовольственных товаров,

а также создание фирменных секций с промышленными организациями позволит расширить внутригрупповой ассортимент, что будет способствовать наиболее полному удовлетворению спроса обслуживаемого населения и увеличению реализации высокодоходных и быстрооборачиваемых товаров.

7. Кроме того, увеличению объемов розничного товарооборота будет способствовать проведение сезонных ярмарок и базаров; использование мелкорозничной сети и выносной торговли; торговли по предварительным заказам населения, в том числе с бесплатной доставкой товаров на дом одиноко проживающим и престарелым гражданам.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.