

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ ТЕХНІКУМ 00  
ЦИКЛ ОРГТЕХНІЧНИХ ДИСЦИПЛІН

***Методичний посібник***  
**ПО ВИКОНАННЮ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

з дисципліни «*Організація і технологія торговельних процесів*»

IV курсу, III семестру

для студентів заочної форми навчання  
на базі професійно-технічної освіти

**спеціальність:** 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"  
**галузь знань:** 07 "Управління та адміністрування"

**ПОЛТАВА, 2016**

Методичний посібник по виконанню контрольної роботи з дисципліни «Організація і технологія торговельних процесів» III курсу, УІІ семестру для студентів заочної форми навчання на базі повної середньої освіти

**спеціальність:** 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"

**галузь знань:** 07 "Управління та адміністрування"

**Укладач:** Слюсаренко Ю. В викладач дисципліни «Організація і технологія торговельних процесів»

**Рецензент:** Бичков Я. М. - к.т.н., доцент, викладач кафедри технологічного обладнання харчових виробництв і торгівлі ПУЕТ

Розглянуто та затверджено  
на засіданні циклу  
оргтехнічних дисциплін  
Протокол № \_\_\_\_\_  
від "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.  
Голова циклової комісії  
\_\_\_\_\_ Олійник В. О

## Загальні методичні вказівки

Контрольна робота виконується після вивчення студентами учбового матеріалу дисципліни "Організація і технологія торговельних процесів". Студент зобов'язаний творчо підходити до виконання контрольної роботи. Відповіді на питання необхідно обґрунтовувати нормативно-правовою документацією. Не слід захоплюватися переписуванням матеріалу, необхідно узагальнювати та аналізувати окремі положення, робити відповіді, висновки, використовувати практичний матеріал роботи торговельних підприємств. Обсяг контрольної роботи повинен складати 20-22 аркуші шкільного зошита. В кінці роботи зазначається перелік використаної літератури, дата виконання та особистий підпис. Необхідно залишити одну-дві чистих сторінки для рецензії викладача.

Виконана робота передається в заочне відділення технікуму, реєструється. Викладач зобов'язаний контрольну роботу в термін 7 днів. Студенти після отримання перевіреної контрольної роботи, знайомляться з рецензією, зауваженнями та рекомендаціями і допрацьовують окремі запитання в цьому ж зошиті.

Контрольну роботу з допрацьованими питаннями пред'являють викладачеві перед заліком чи іспитом. Якщо роботу не зараховано студент зобов'язаний виконати її повторно і з не зарахованою роботою направити в заочне відділення технікуму.

Варіант контрольної роботи визначається двома цифрами шифру студента. В нижче наведеній таблиці по горизонталі вгорі вказана остання цифра шифру (Б), а по вертикалі (А) – передостання цифра шифру. Перехрещення горизонтальних і вертикальних ліній визначає номери запитань Вашого варіанту контрольної роботи. Наприклад, шифр студента 02001, останні дві цифри 01 визначають варіант, перехрещення горизонтальної 1 і вертикальної 0 дає номери запитань: 2,12,22,39,44.

## **Розділ I. Організація і технологія торговельних процесів у роздрібній торгівлі.**

### **Тема 1.1. Роздрібна торговельна мережа торговельного підприємства.**

#### **Програма**

1. Поняття торгівлі, її завдання і функції в умовах ринкових відносин.
2. Форми торгівлі, види торгівлі по товарообігу. Роль, задачі роздрібною та оптовою торгівлі.
3. Основні напрямки розвитку торгівлі в умовах ринкових відносин.
4. Поняття підприємства, його завдання згідно з законодавством України. Торгове підприємство, його ознаки і функції.
5. Торгове підприємство його задачі і функції.
6. Підприємство оптової торгівлі їх види, задачі, функції в умовах ринкових відносин.
7. Товарні біржі, як центри оптової торгівлі.
8. Поняття роздрібною торговою мережі, її види, характеристика оптовою торгівлі.
9. Типізація торгових підприємств, поняття, направлення, ознаки, які характеризують тип магазину.
10. Спеціалізація підприємств роздрібною торговою мережі, направлення спеціалізації. Надання умов для конкуренції в роздрібній торгівлі.

#### **Методичні вказівки**

1. Торгівля як сфера національної економіки за своєю формою і змістом належить до складних соціально-економічних систем і виконує життєво важливі завдання і функції.

Торгівля посідає особливе місце в структурі національної економіки та в системі економічних відносин. Вона опосередковує товарно-грошовий обмін у величезних розмірах — більше ніж 450 млрд грн щороку, формує не менш як 12 % ВВП і, безперечно, є важливим чинником економічного зростання. Крім того, торгівля відіграє неабияку роль у реалізації соціальної політики, ринкової орієнтації національної економіки, формуванні конкурентного середовища.

Особливістю сучасного розвитку внутрішньої торгівлі є позитивна і стійка динаміка її результативних показників. Середньорічні темпи зростання товарообігу починаючи з 2000 року перевищують 15 %, що вдвічі вище від темпів зростання ВВП. Спостерігаються позитивні тенденції в структурі товарообігу, кон'юнктурі ринку, розвитку матеріально-технічного потенціалу.

#### ***Функції торгівлі***

Для торгівлі як соціально-економічної системи характерна низка функцій.

**Провідною функцією торгівлі** є обмін результатів праці (продукції, послуг) на гроші, тобто реалізація виробленої споживчої вартості. При цьому масштаби, структура обміну стають дедалі складнішими за рахунок складності

величезних мас товарів, продукції, послуг, у тому числі іноземного походження.

Розрахунки показують, що тільки для задоволення потреб населення в споживчих товарах і послугах у межах мінімальних норм необхідно довести товарообіг до 220 млрд. грн у рік при сучасних обсягах — 55 млрд. грн. Це означає, що в перспективі ця функція розширюватиметься, відповідно, зростатимуть масштаби торгівлі.

Важливо підкреслити ще один момент. Оскільки в умовах соціалістичної економіки лише обмін товарів народного споживання вважався моментом відтворення, то штучно звужувалися відносини обміну передусім у сфері обігу засобів виробництва. У нових умовах відносини обміну реалізуються в повнішому обсязі. Поряд зі споживчими товарами об'єктом обміну стає продукція, засоби виробництва, нерухомість, об'єкти інтелектуальної власності, цінні папери і т. ін.

Як відомо, обмін пов'язує виробництво та споживання і тим самим замикає відтворювальний процес. Тому важливо, щоб товарно-грошовий обмін, тобто період процесу обміну, був мінімальним. А це залежить від умов реалізації іншої функції торгівлі — товаропросування.

**Друга важлива функція торгівлі — доведення товарів зі сфери виробництва у сферу споживання.** Сутність аналізованої функції необхідно розглядати з позиції прискореного доведення товарів до сфери споживання з максимальним збереженням їх споживних властивостей. У такому ракурсі дана функція набуває особливої актуальності в умовах роздробленості і географічної розосередженості товаровиробників і споживачів.

За підрахунками у сфері обігу вже тепер товари проходять у середньому 4—5 організаційних ланок. Тому і тривалість проходження товару до споживача є значною. Якщо товар у виробництві перебуває 5—6 днів, у дорозі — до 10 днів, то в кінцевих ланках товарного обігу — 35—40 днів.

У нових умовах у міру інтеграції торгівлі України в міжнародні зв'язки тривалість товаропросування зростатиме, причому суттєво. Відповідно, підвищиться рівень витрат обігу, сповільниться оборотність.

**Надзвичайно важливою в нових умовах функцією торгівлі є функція активного впливу на виробництво і споживання.** Ідеться про підпорядкування виробничих програм підприємств потребам і вимогам ринку, реалізації маркетингових стратегій товаровиробників, а також про активний вплив торгівлі на структуру споживання, організацію після продажного обслуговування.

У зв'язку з цим можна очікувати прагнення товаровиробників заручитися гарантією з боку торгівлі відносно збуту продукції з тим, щоб знизити ризик і небезпеку банкрутства. Відповідно подорожчають послуги торгівлі, розширяться апарат товарного обігу, з'являться принципово нові функціональні організації в торговельній сфері.

Таким чином, функції торгівлі не тільки суттєво ускладнюватимуться, вони набуватимуть якісно нового змісту, їх реалізація стане неможливою в рамках

існуючих організаційних форм, оскільки вони не вписуються в систему обігу товарів та послуг, характерну для ринкової економіки.

2. За функціональними ознаками торгівля буває:

1. Оптова торгівля (закупівля і продаж великих партій товару).

Суб'єктами оптової торгівлі є: оптові бази, товарні склади, склади холодильники, оптові продовольчі ринки, оптово-роздрібні підприємства.

2. Роздрібна торгівля.

Суб'єкти роздрібною торгівлі:

Магазини; об'єкти дрібно роздрібною торгівлі (павільйони, кіоски, ларьки); підприємства громадського харчування (їдальні, кафе, закусочні, буфети, ресторани); аптеки (пункт роздрібною продажу лікувальних засобів); підприємства побутового обслуговування; ринки.

3. Посередницька торгівля:

біржа; брокерські фірми; аукціони; агентські фірми; посередництво в торгівлі товарами легкої промисловості, сільгосппродукції та ін.

4. Торгівля послугами (ремонт предметів особистого користування і домашнього вжитку).

За формою власності розрізняють такі види торгівлі:

1. Державна торгівля.

Особливістю державної торгівлі є те, що вона заснована на державній формі власності, а її роздрібна й оптова мережа розміщена в містах і обслуговує переважно міське населення. Раніше державна форма переважала (більше 70%), але нині частка цієї форми значно знизилася (до 10% загального товарообороту). Існують державно-комунальні підприємства – які в ході приватизації не були придбані колективами працівників і залишились у власності місцевих органів влади.

2. Колективна торгівля.

В останні роки набула прискореного розвитку. Соціально-економічною базою такої форми торгівлі є колективна власність. До колективної торгівлі належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, різні асоціації, об'єднання, кооперативні підприємства. Колективні торговельні підприємства функціонують як у містах, так і в селі.

3. Приватна торгівля.

Фундаментом цієї торгівлі є приватна власність і підприємницька ініціатива, за короткий термін приватна торгівля досягла прогресу. Для приватної торгівлі характерні: висока культура і якість обслуговування, максимальна наближеність до покупців. Водночас ця торгівля супроводжується постійним ризиком банкрутства.

4. Змішана торгівля – державно-колективна, колективно-приватна тощо.

Також торгівля може бути як зовнішня так і внутрішня.

4. Для сфери роздрібно́ї торгівлі найбільш характерними є такі суб'єкти:

- **Магазин** — це підприємство роздрібно́ї торгівлі, яке реалізує товари і надає

послуги, що призначаються для остаточного споживання. Магазин займає окрему споруду або приміщення. Для нього характерна наявність торговельного залу, підсобних і допоміжних приміщень.

Магазин — це узагальнене поняття. Воно поширюється на більшість типів роздрібних підприємств — торговельні центри, універмаги, спеціалізовані підприємства, дрібнооптові підприємства.

За своїм правовим статусом магазин може бути юридичною або неюридичною особою. Організаційно-правова форма магазину не обмежується, але найбільш розповсюдженими є підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, філія і дочірнє підприємство.

Магазин посідає провідне місце у сфері роздрібно́ї торгівлі. Усіх типів і видів магазинів налічується 87 тис. од., їх частка в загальній кількості суб'єктів господарювання цієї сфери становить 65 %.

- **Об'єкти дрібно́роздрібно́ї торгівлі** — павільйони, кіоски, ларьки, ятки — також мають помітне місце у функціональній структурі торгівлі. Нині їх нараховується близько 22 тис. одиниць, що становить 23 % загальної чисельності об'єктів роздрібно́ї торгівлі.

- **Підприємства громадського харчування** — їдальні, кафе, закусочні, *барк*, буфети, ресторани, фабрики-кухні. Усі вони займають окремі приміщення або споруди, які мають, як правило, зал, обладнаний столиками та стільцями, а також виробничі та підсобні приміщення.

Кількість підприємств громадського харчування за останні роки стабілізувалася, і зараз їх є близько 34—35 тис. од., що становить 25 % загальної кількості суб'єктів у сфері роздрібно́ї торгівлі.

- **Аптека** — це стаціонарний пункт роздрібно́го продажу лікувальних засобів і товарів санітарії та гігієни, який займає окреме приміщення і має торговельний зал для покупців, а також інші приміщення функціонального призначення. Як і магазини, аптеки можуть мати різний правовий статус і правове становище.

- **Підприємства побутового обслуговування** — стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані. Вони виконують роботи і надають послуги населенню, пов'язані з ремонтом предметів особистого споживання та домашнього вжитку. Інші види послуг відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності в Україні не належать до сфери комерційного бізнесу.

5. Особливий інтерес у сфері роздрібно́ї торгівлі являє такий суб'єкт, як ринок.

**Ринок** — це підприємство сфери торгівлі, яке виконує функції надання послуг із забезпеченням умов для здійснення купівлі-продажу продовольчих і

непродовольчих товарів за вільними цінами. Основними продавцями на ринку є фізичні особи — підприємці і не підприємці, а покупцями — населення.

Залежно від асортименту товарів ринки поділяються на продовольчі, речові, автомобільні, універсальні, спеціалізовані.

За статусом ринки в Україні бувають формальні і неформальні (незарєєстровані). Формальні ринки є юридичними особами.

Кількість ринків швидко зростає — приблизно 180—200 од. на рік. Нині у сфері роздрібної торгівлі функціонує 2120 ринків. З них близько третини належать до споживчої кооперації.

9. Роздрібна торгова мережа представлена великою кількістю різноманітних підприємств, що відрізняються асортиментом товарів, розміром торгової площі, обсягом товарообороту й іншими ознаками, властивими різним типам магазинів.

Тип магазину визначається асортиментним профілем, методом продажу і розміром його торгової площі.

Типізація підприємств роздрібної торгівлі - це добір технічно досконалих і економічно ефективних типів магазинів, що забезпечують максимальні зручності для покупців і рентабельність роботи підприємств.

Мета типізації - усунення великої кількості різноманітних типів магазинів спрямоване на уніфікацію торгової мережі. Типізація дозволяє упорядкувати питання устрою й устаткування магазинів, організації торгово-технологічних процесів, управління торговою мережею, оптимізації асортименту і розміщення магазинів у містах і сільській місцевості.

Основні напрями типізації торгової мережі визначаються асортиментною політикою, місцем розташування підприємств торгівлі, торговельною системою, яка обслуговує населення регіону.

Більшість нині діючих підприємств роздрібної торгівлі побудовані і працюють на основі вимог типізації, які розроблені і використовуються різноманітними системами, які торгують. Так, у державній торгівлі типізація магазинів, що обслуговують міське населення, відображена в Номенклатурі типів магазинів. Вона включає основні і додаткові типи магазинів з торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами.

До основних типів магазинів, які торгують продовольчими товарами, відносяться: універсам, гастроном, овочі-фрукти, хлібокондитерські вироби, риба і деякі інші.

Номенклатурою передбачені такі типи непродовольчих магазинів: універмаг, товари для дітей, товари для жінок, товари для чоловіків, товари для дому, культтовари, радіотовари, книги і ряд спеціалізованих магазинів.

Відповідно до Номенклатури, основним типом продовольчого магазину є універсам – продовольчий магазин самообслуговування з універсальним асортиментом продовольчих товарів і непродовольчих товарів повсякденного попиту.

Основним типом магазину з торгівлі непродовольчими товарами є універмаг. Це торгове підприємство загальноміського або районного



значення, яке розташоване в одному будинку і пов'язане загальним торговим процесом і управлінням. В універмагах забезпечується широкий вибір товарів, висока культура обслуговування, що дозволяє повніше задовольняти попит населення, забезпечує комплектність купівель і економію часу покупців.

Відповідно до Номенклатури всі типи підприємств роздрібної торгівлі поділені на 2 групи: основні і додаткові.

До основних типів віднесено:

- торгові центри;
- універмаги, універсами;
- магазини з торгівлі товарами повсякденного попиту;
- мережа магазинів широкої спеціалізації.

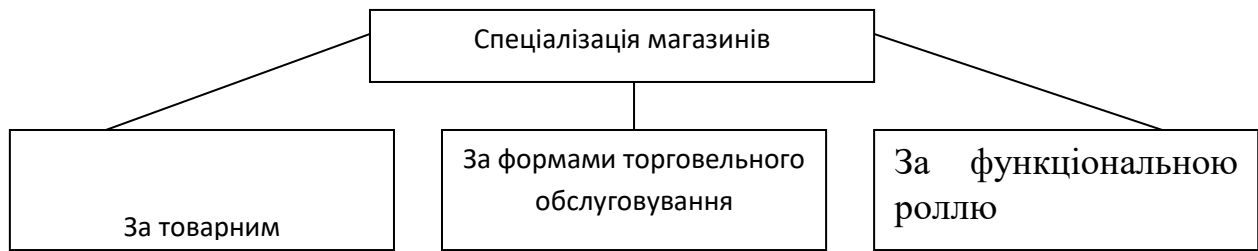
До додаткових типів підприємств кооперативної торгівлі віднесені вузькоспеціалізовані магазини, які торгують окремими групами товарів. По продовольчих товарах – це магазини "Риба", "Овочі-фрукти", "М'ясо і м'ясопродукти", "Вино" і ін.; по непродовольчих товарах – магазини "Тканини", "Взуття", "Головні убори", "Панчохи-шкарпетки", "Радіо" і ін.

а) Типізація торгової мережі змінюється в часі. Під впливом змін у соціально-економічному і культурному житті населення ліквідуються застарілі і з'являються нові типи підприємств. Так, в останні роки в містах з'явився такий тип магазину, як "Супермаркет". Це крупний магазин самообслуговування з широким асортиментом продовольчих і обмеженим асортиментом непродовольчих товарів і великим обсягом товарообороту. Вони оснащені сучасним торговельно-технологічним обладнанням, використовують прогресивні технології продажу товарів.

б) Поряд з цим, різке зниження життєвого рівня сільського населення, перехід на натуроплату і високий рівень безробіття в селі привели до згортання спеціалізації в кооперативній торгівлі. Тільки за останні роки значно скоротилася чисельність магазинів "Продукти", "Промтовари". При цьому збільшилося число магазинів ТПП (товари повсякденного попиту).

10. Спеціалізація – це форма поділу праці між торговими підприємствами, яка заснована на обмеженні кількості товарних груп, представлених у магазині для продажу, з одночасним розширенням їх асортименту. Необхідність спеціалізації роздрібних торговельних підприємств – наслідок постійного розширення асортименту товарів, збільшення їх різновидів, що потребує поділу всієї товарної маси на групи, підгрупи тощо.

Спеціалізація магазинів сприяє полегшенню праці продавців магазину, зростанню її продуктивності, більш ефективному використанню матеріально – технічної бази торгівлі, позитивно впливає на рівень торговельного обслуговування населення. Спеціалізація магазинів може здійснюватися за товарним профілем, формами торговельного обслуговування, функціональною роллю. (рис. 1.).



**Товарно – галузева** спеціалізація склалася історично і внаслідок постійного розширення і оновлення асортименту товарів, що реалізуються, весь час ускладнюється.

Групування магазинів за асортиментними ознаками було покладено в основу поділу магазинів на *вузькоспеціалізовані, спеціалізовані, комбіновані, універсальні і змішані*.

*Вузькоспеціалізовані магазини* – реалізують товари, асортимент яких складається з частини якоїсь товарної групи, підгрупи або виду (шовкові тканини, чоловічий одяг, жіноче взуття). У великих містах виправдана спеціалізація і за окремими видами товарів – магазини "Краватки", "Хліб", "Ковбаси", "Сири".

*Спеціалізованими* вважаються підприємства роздрібної торгівлі, які мають у своєму асортименті товари однієї товарної групи – взуття, тканини, одяг, м'ясо і м'ясні продукти, хліб і хлібобулочні вироби і т. п.

*Комбіновані* магазини здійснюють торгівлю товарами декількох груп споріднених за спільністю попиту, які задовольняють певне коло споживачів, наприклад, магазини "Галантерея-парфумерія", "Овочі-фрукти", "Хутра і головні убори" і т. п. продаж в них товарів окремих груп здійснюється у спеціалізованих відділах, секціях, або на спеціалізованих робочих місцях.

*Універсальні* магазини (універмаги, універсами) продають товари дуже широкої (універсальної) номенклатури товарних груп у спеціалізованих секціях або на спеціалізованих робочих місцях.

*Змішані* магазини поєднують продаж різноманітних груп продовольчих і непродовольчих товарів, але не утворюють спеціалізовані секції або робочі місця (наприклад, магазин з торгівлі товарами повсякденного попиту).

У сільській місцевості спеціалізовані магазини створюються, як правило, в райцентрах. Подальше збільшення їх чисельності стримується розсосередженістю магазинів у невеликих пунктах, де переважно здійснюють торгівлю магазини зі змішаними товарами, а також комбіновані підприємства типу: магазин-заготпункт, магазин-міні-бар тощо.

Спеціалізація за формами торговельного обслуговування являє собою об'єднання у споживчі комплекси товарів із різноманітних груп, призначених для задоволення схожих потреб покупців. Вони створюються за ознакою обслуговування визначеного контингенту покупців (наприклад, жінок, дітей), за ознакою добору асортиментних позицій, виходячи з особливостей організації побуту (наприклад, магазин "Все для домашнього господарства",

"Будинок-сад-город" і ін.), за особливостями організації дозвілля ("Все для відпочинку", "Турист" і т. п.).

Основними перевагами магазинів комплексного попиту є:

- скорочення витрат часу на придбання товарів за рахунок концентрації їх в одному місці;
- розширення продажу дрібних і супутніх товарів, на які звичайно не звертається увага;
- поліпшення обслуговування покупців, більш повне задоволення попиту.

Широкого розвитку набула мережа фірмових магазинів, що реалізують продукцію хлібозаводів, м'ясокомбінатів, пивоварень і молокозаводів, швейних і взуттєвих фабрик, інших підприємств легкої і харчової промисловості.

На рівень спеціалізації торгової мережі значно впливають характер і розмір платоспроможного попиту населення, кількість покупців, що обслуговуються, ступінь складності асортименту товарів, які реалізуються, розміри торгових підприємств, місцеві умови розвитку товарообороту.

#### Особливості спеціалізації:

краще використовуються торгові площі; створюються додаткові зручності для покупців під час вибору товарів; є можливість впроваджувати прогресивні методи продажу товарів; більш глибоко вивчається попит населення на товари; значно розширюється асортимент товарів у межах однієї чи декількох товарних груп.

Спеціалізація торгівлі повинна поєднуватися з її концентрацією в меншій кількості магазинів, які у змозі запропонувати покупцеві максимально широкий і глибокий асортимент товарів. Тільки така концентрація дозволяє максимально розширити асортимент товарів, поліпшити їх показ, підвищити рівень вивчення попиту населення.

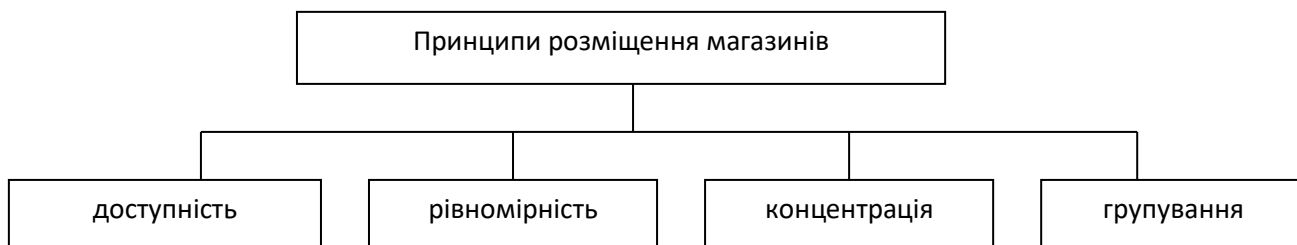
#### Особливості типізації:

усунення великої кількості різноманітних типів магазинів спрямоване на уніфікацію торгової мережі; вирішення питань пов'язаних з устаткуванням і обладнанням магазинів. Типізація торгової мережі змінюється у часі. Під впливом нових ринкових відносин, змін у соціально-економічному і культурному житті населення ліквідуються застарілі і з'являються нові типи підприємств. Так, в останні роки в містах з'явився такий тип магазину, як "Супермаркет". Вони оснащені сучасним торговельним обладнанням, використовують прогресивні технології продажу товарів, мають широкий асортимент. Збільшується кількість "гіпермаркетів" в яких застосовується самообслуговування і торгівля зі знижками.

Розміщення підприємств роздрібної торгівлі підпорядковано завданню мінімізації сукупних витрат часу населення на придбання товарів за умови прибуткової діяльності магазинів. Раціональне розміщення торгової мережі на території населеного пункту, району сприяє поліпшенню торговельного обслуговування покупців, збільшенню обсягів товарообороту, рентабельності

торговельної діяльності і має важливе соціальне і економічне значення в розвитку регіонів.

Розміщення магазинів здійснюється на основі таких принципів: доступність для покупців при забезпеченні прибуткової роботи; рівномірність розміщення підприємств торгівлі; концентрація торговельної мережі; групове розміщення магазинів на території населеного пункту (рис. 1.).



*Доступність* – це розміщення магазинів якомога ближче до покупців з метою полегшення придбання товарів. Це супроводжується скороченням радіусу дії, широти асортименту товарів і обсягів товарообороту магазинів, і, в свою чергу, зменшує прибутковість діяльності. Таким чином, за територіальним розміщенням магазинів за цим принципом необхідно врахувати як можливість максимального їх наближення до покупців, так і створення умов для розширення асортименту і підвищення прибутковості роботи підприємств торгівлі, що потребує збільшення радіусу їх дії.

*Рівномірність* – передбачає розміщення однотипних магазинів рівномірно на території населеного пункту відповідно до щільності населення. рівномірно розміщуються магазини, що торгують товарами простого асортименту і повсякденного попиту і обслуговують постійний контингент покупців.

Принцип *концентрації* (ступінчастості) полягає в тому, що магазини з більш широким асортиментом товарів мають такий радіус дії, який охоплює зони діяльності дрібніших і менш спеціалізованих магазинів.

Принцип *групування* означає необхідність територіального наближення магазинів різного профілю, які здійснюють торгівлю товарами комплексного попиту. Найбільш характерним прикладом групового розміщення торговельної мережі є функціонування торгових центрів, створення груп магазинів з торгівлі хлібом, м'ясом, молоком, овочами і фруктами в місцях, де відсутній універсам, чи магазин з універсальним асортиментом продовольчих товарів тощо.

У практиці торгівлі використовують всі чотири принципи розміщення магазинів. При цьому характер населених пунктів, щільність населення, що проживає у них, та наявність конкурентів є визначальним для розміщення підприємств торгівлі.

В міській торгівлі система розміщення повинна враховувати сучасні містобудівні вимоги, планування міської території й організацію побуту населення.

Магазини – *місцевого* – призначення забезпечують населення основними продовольчими і непродовольчими товарами повсякденного попиту і першої необхідності і розташовані в житловій зоні міста (універсам, супермаркети).

До магазинів – *загальноміського* – призначення належать універмаги; універсальні продовольчі магазини типу "Гастроном"; спеціалізовані магазини, які здійснюють торгівлю продовольчими і непродовольчими товарами складного асортименту. Вони обслуговують населення всього міста).

Правила торговельного обслуговування населення є обов'язковими для всіх господарюючих суб'єктів, зайнятих у сфері роздрібної торгівлі. Вони розроблені на основі Закону України "Про захист прав споживачів" та іншої нормативної документації. Незнання чи невиконання їх не звільняє працівників сфери обслуговування від відповідальності.

Обов'язок продавця – подати покупцеві на його вимогу різнобічну інформацію про товари, що продаються, для забезпечення можливості їх компетентного вибору. До такої інформації належать: нормативні документи, вимогам яких повинні відповідати товари; перелік основних споживчих властивостей товарів, а відносно продовольчих товарів – склад, калорійність, протипоказання відносно їх вживання, вміст шкідливих для здоров'я компонентів; ціна та умови придбання товарів; дата виготовлення; гарантії виробника; правила використання; термін служби; найменування і адреса виробника та підприємства, яке відповідає на претензії споживача, здійснює ремонт і технічне обслуговування товарів та інше.

Ця інформація доводиться до відома покупців виробником чи продавцем в технічній документації на товари, на етикетці чи маркіруванні.

Якщо неповна чи неправильна інформація призвела до купівлі товарів, які не мають необхідних споживачеві властивостей, він має право розірвати договір купівлі-продажу товарів і вимагати відшкодування понесених збитків. Якщо ці дії спричинилися до завдання шкоди для життя, здоров'я, чи майна споживача, він має право вимагати матеріальної (майнової) відповідальності, а також вимагати відшкодування збитків.

Збитки, нанесені споживачеві товарами, які придбані внаслідок недобросовісної реклами, підлягають відшкодуванню в повному обсязі винними особами.

Розрахунки за продані товари здійснюються готівкою, в безготівковому порядку, чеками банків, кредитними картками та іншим шляхом відповідно до чинного законодавства.

Торговельне обслуговування громадян, які мають відповідні пільги, здійснюється у спеціальних магазинах, відділах, секціях, які створюються за рішенням місцевих органів виконавчої влади.

Розрахунки з покупцями здійснюються з використанням електронних контрольно-касових апаратів, які підлягають обов'язковій реєстрації в Державній податковій інспекції, або товарно-касових книг.

Під час отримання грошей за товар у процесі розрахунку з покупцями продавець чи касир повинен чітко назвати суму, отриману від покупця, покласти отримані від нього гроші окремо від наявних в касі, на видному місці, вибити чек, назвати належну суму здачі покупцеві і видати її разом з чеком. Правильність розрахунку покупець перевіряє на місці, не відходячи від каси. Після цього отримані від покупця гроші кладуться до основної каси, де зберігаються отримані раніше купюри.

Забороняється зберігання в касі власних грошей, а також особистих речей касира чи інших працівників підприємства.

Обслуговування покупців, як і робота кас, здійснюється протягом всього часу роботи в магазині. Вхід покупців в торговий зал припиняється з початком обідньої перерви, після закінчення роботи.

Інформація про початок обідньої перерви чи закриття магазину доводиться до покупців за 10 хвилин. Всі покупці, які відібрали товар, чи мають на руках касові (товарні) чеки, повинні бути обслужені. Кожен товар повинен мати належним чином оформлені цінники. На вимогу покупця продавець зобов'язаний дати вичерпну інформацію та пред'явити документи, які підтверджують ціну, виробника, основні споживчі властивості товару.

Покупці вільні у виборі товару в магазині, можуть перевірити його якість, комплектність, міру вагу та ціни. На вимогу покупця продавець повинен продемонструвати правильне використання товару в побуті, надати за необхідності контрольно-вимірювальні прилади, які мають бути встановлені в торговому залі на доступному для покупців місці.

Відібрані, але не оплачені покупцем непродовольчі товари можуть зберігатися в магазині протягом двох годин. Час майбутньої оплати зазначається на виписаному продавцем чекові. Якщо на указану годину покупець не викупив відібраний товар, він надходить в реалізацію.

Куплені великогабаритні товари безкоштовно можуть зберігатися в магазині не більше однієї доби. При цьому до такого товару прикріплюється копія касового чека, на якому указано термін зберігання і табличка "Продано". За збереження та якість залишеного на зберігання товару відповідальність несе продавець.

Забороняється роздрібний продаж товарів, які не мають належного товарного вигляду, із закінченим терміном придатності, а також товарів, на які відсутні документи, які характеризують їх якість. Забороняється обумовлення продажу одних товарів необхідністю придбання інших, примушування покупця отримувати замість здачі інші товари.

У разі реалізації товарів імпортного виробництва в пакувальній тарі з написами іноземною мовою, магазин зобов'язаний забезпечити інформацією на державній мові (відповідно до Закону України "Про мови в Україні") про найменування, основні споживні властивості товару, термін його придатності

та умови збереження, можливі застереження щодо вмісту шкідливих компонентів і обмежень у споживанні, а також гарантійні зобов'язання.

Продаж швидкопсувних та готових до вживання продовольчих товарів, а також продаж продовольчих товарів за межами торгового приміщення (виносна, виїзна торгівля) здійснюється у спеціально відведених для цього місцях з дозволу органів санітарно—епідеміологічного надзору і за умови дотримання санітарних норм і правил їх зберігання і реалізації.

Регламентуються також ціни і ціноутворення, основні санітарні вимоги до торговельних підприємств і їх працівників; порядок ведення облікових документів; контроль за дотриманням порядку зайняття торговельною діяльністю та правил торговельного обслуговування населення.

## **Тема 1.2. Улаштування роздрібно́ї торговельної мережі.**

### **Програма**

11. Принципи та види розміщення торгових підприємств.
12. Види торгових будівель і споруд, їх характеристика, вимоги до них.
13. Основні групи приміщень магазину, їх взаємозв'язок, вимоги пред'явлені до технічних рішень приміщень магазину.

### **Методичні вказівки**

11. Види та класифікація торговельних будівель і споруд. Вимоги, що ставляться до них.

Класифікація:

- *1- За типом споруд і будівель:*

а) окремо розташовані будівлі або споруди (спеціально побудовані для здійснення торговельною діяльністю);

б) суміщені (розташовані на перших поверхах житлових, адміністративних та інших споруд).

- *2 – За особливостями об'ємно-планувального вирішення споруди і будівлі бувають:*

а) одноповерхові;

б) багатоповерхові;

в) з підвальними приміщеннями чи без них.

- *3 – за спеціалізацією:*

а) спеціалізовані;

б) універсальні;

в) тощо (інші).

- *4 – за типами:*

("продукти", "промтовари" і т. п.).

- *5 – за належністю будівлі (споруди) бувають:* (державні, приватні, кооперативні і ін.).

Існує також ряд інших ознак за якими класифікують торговельні будівлі і споруди.

Розроблені спеціальні відомчі будівельні норми "Підприємства торгівлі. Норми проектування". Ідея проекту будівлі або споруди повинна бути відповідна його технологічному призначенню. Повинно забезпечуватися найкращі умови для використання будівлі за призначенням.

Існує також ряд вимог, що ставляться до торговельних будівель і споруд: наприклад, відповідність будівлі своєму безпосередньому призначенню; дотримання протипожежних вимог тощо.

Улаштування підприємств повинно забезпечувати – максимальні зручності для придбання товарів; хороший огляд товарів; гарну орієнтацію покупців тощо.

Улаштування зони входу та виходу – регламентується в основному вимогами стандартів та галузевих норм будівництва підприємств роздрібною торгівлі.

У практиці застосовується, як відокремлене розміщення зон входу і виходу, так і їх суміщення в єдиній зоні входу-виходу.

Для облаштування зон входу і виходу застосовують різні варіанти конструкції дверей: з механічним приводом, розсувні двері та інші.

Важливе значення має улаштування зони викладки товарів:

- максимальна товаромісткість торговельних меблів;
- оптимальне використання площі під викладку товарів;
- швидка орієнтація покупців;
- легкий доступ до товарів;
- добрий огляд торговельного залу працівниками магазину.

Улаштування вузла розрахунків – так, щоб не виникали зустрічні і перехресні потоки покупців і щоб, і прямуючи до виходу покупці неодмінно проходили біля однієї з кабін. Крім касових кабін для улаштування вузлів розрахунку використовуються столи для пакування товарів покупцями, для зберігання особистих речей покупців.

У великих магазинах наприклад, розміщують кафетерії.

При улаштуванні кафетеріїв їх слід розміщувати з доступом для покупців із зовнішнього боку розрахункового вузла або в приміщеннях з окремим входом для покупців.

Зону приймання товарів – розміщують збоку вантажного двору магазину. Загальними вимогами до її улаштування є: наявність спеціальних місць для розвантаження товарів, наявність приміщень для приймання товарів, взаємозв'язок зони приймання з зоною зберігання і ін.

Підсобні приміщення – розміщуються в боковій, найвіддаленішій від торговельного залу сатині будівлі. Комори улаштовують поблизу розвантажувальної платформи, комори можуть мати окремий вхід і ін.

Приміщення для підготовки і зберігання товарів – улаштовують між зоною приймання і торговельним залом з урахуванням спеціалізації у зберіганні окремих груп товарів, режимів зберігання і ін.



Відповідність вимог раціональної організації торговельно-технологічного процесу включає:

- торговельні зали повинні бути технологічно зв'язаними з приміщеннями для підготовки товарів до продажу і приміщеннями для їх зберігання і повинні бути розміщеними так, щоб їх можна було ізолювати від інших приміщень;
- приміщення для зберігання товарів не повинні бути прохідними. Їх розміщують відповідно послідовності виконання торговельно-технологічного процесу;
- усі приміщення для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу повинні бути пов'язані між собою і торговельним залом транспортними коридорами;
- проходи в адміністративні, побутові, підсобні приміщення не допускається проектувати через торговельні зали і приміщення для зберігання і підготовки товарів до продажу.

### **Тема 1.3. Організація торговельно-технологічного процесу на роздрібно-торговельних підприємствах**

#### **Програма**

14. Поняття торгово-технологічного процесу в магазині де ви працюєте.
15. Значення правильного приймання товарів для забезпечення їх повного збереження. Вкажіть нормативні документи, які регулюють приймання товарів за кількістю і якістю.
16. Порядок приймання товарів за кількістю. Документальне оформлення прийомки.
17. Порядок приймання товарів за якістю. Документальне оформлення прийомки.
18. Організація збереження товарів в магазині. Особливості збереження окремих груп товарів.
19. Організація підготовки товарів до продажу. Операції і правила підготувати окремих груп товарів до продажу.
20. Види товарних збитків при збереженні та продажу товарів, причини, виникнення, заходи по їх скороченню.
21. Поняття культури торгівлі, її складові елементи. Фактори, які визначають рівень культури обслуговування.
22. Основні напрямки підвищення культури торгового обслуговування.
23. Поняття продажу товарів. Складові елементи процесу продажу товарів.
24. Форми продажу товарів. Їх характеристика.
25. Технологія продажу товарів методом самообслуговування.
26. Технологія продажу товарів з індивідуальним обслуговуванням та елементами відкритої викладки.
27. Технологія продажу товарів по зразкам.
28. Організація робочих місць продавців, касирів, контролерів-касирів.

29. Основні принципи розміщення товарів в торговому залі. Способи викладки товарів. Їх характеристика.
30. Правила обміну товарів, куплених в роздрібній торговій мережі.
31. Види додаткових послуг населення. Їх характеристика.
32. Організація активних методів продажу товарів.

### Методичні вказівки

14. Поняття торговельно-технологічного процесу магазину. Торгово-технологічний процес (ТТП) в магазині — комплекс взаємозв'язаних послідовно виконуваних операцій, метою яких є доведення товарів належної якості до торговельного залу для реалізації їх покупцям у широкому асортименті з оптимальними затратами праці, часу і при високому рівні торговельного обслуговування. Основною операцією торговельно-технологічного процесу в магазинах є продаж товарів, решта операцій створюють необхідні умови для успішного здійснення продажу товарів і мають підпорядкований характер.

**Принциповою особливістю** торговельно-технологічного процесу в магазинах сі участь у ньому покупців як об'єктів праці торговельного персоналу; при цьому залежно від застосовуваних у магазині методів продажу товарів покупці можуть відігравати в торговельно-технологічному процесі не тільки пасивну, але й досить активну роль.

У торговельно-технологічному процесі підприємств роздрібної торгівлі, принципова схема якого наведена на рис. 14.1, виділяють торговий і технологічний процеси. **Торговий процес** забезпечує перехід товарів зі сфери обігу у сферу споживання: зміну форм вартості. Особливість цього процесу полягає в тому, що в ньому задіяні не тільки предмети праці (товари), але й об'єкти праці-покупці. Працівники магазинів здійснюють продаж товарів і обслуговування покупців, а покупці беруть участь у торговельно-технологічному процесі. Основними елементами торгового процесу є вивчення попиту населення, складання і подання заявок на завезення товарів, формування асортименту товарів, управління товарними запасами, рекламування товарів, їх продаж, надання покупцям додаткових послуг та ін.

**Технологічний процес** охоплює комплекс операцій, які забезпечують обробку товарів, починаючи з їх надходження в магазин і закінчуючи повною підготовкою до продажу та відпуском покупцям. Технологічний процес включає: транспортування товарів; розвантажування транспортних засобів; приймання товарів за кількістю і якістю; доставку товарів у зону зберігання або в торговий зал магазину; зберігання; підготовку товарів до продажу; переміщення товарів в торговий зал; розміщення і викладання в торговельно-технологічному залі; проведення розрахунку за товари; надання покупцям додаткових послуг технічного характеру.

Як правило, операції торгового процесу відіграють основну роль в організації торговельного обслуговування населення та в торговельно-технологічному процесі магазину, натомість більшість операцій

технологічного процесу належить до групи допоміжних операцій торгово-технологічного процесу магазину (рис.)

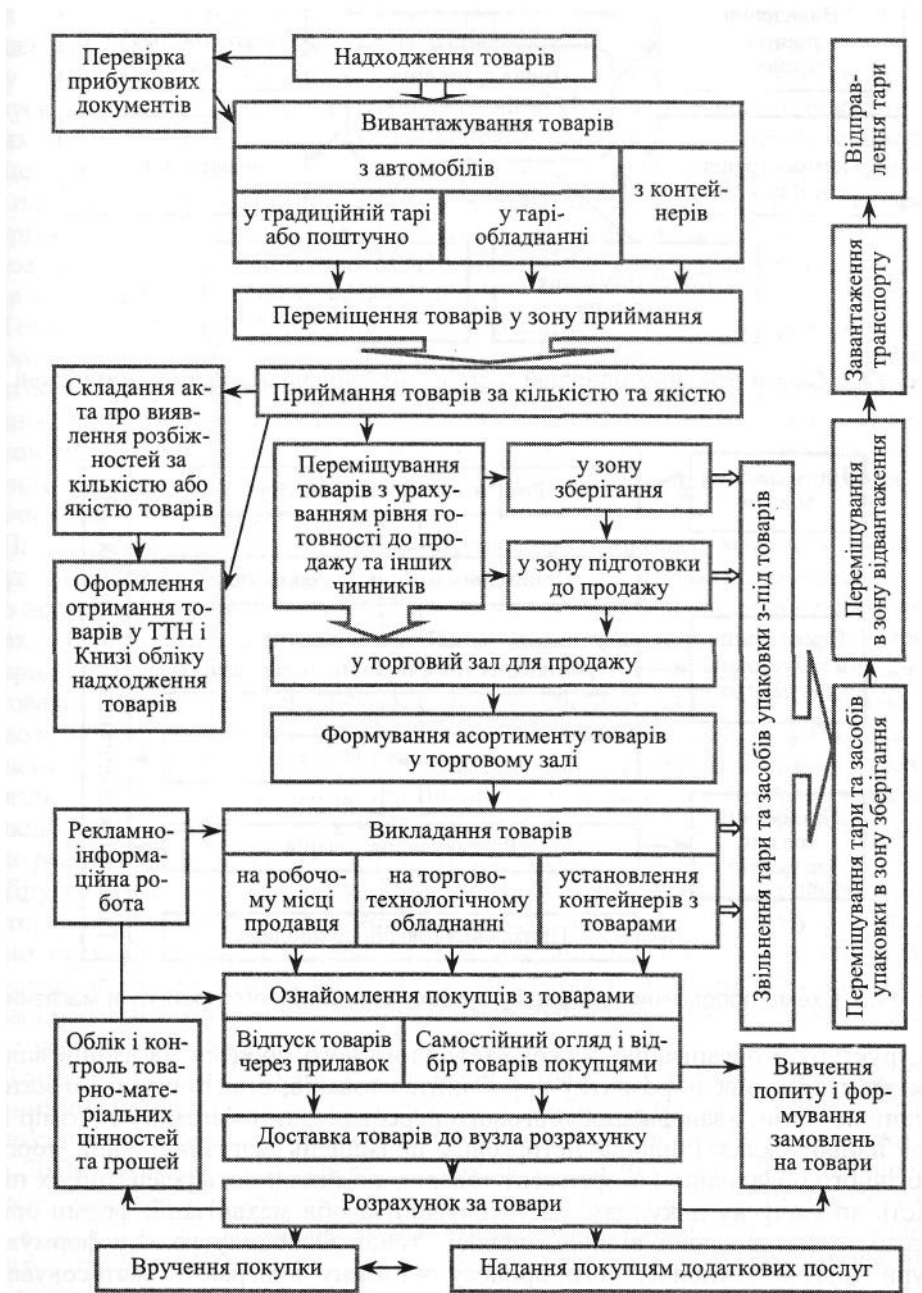


Рис. 14.1. Принципова схема торгово-технологічного процесу магазину



Рис. Схема основних операцій торгово-технологічного процесу в магазині



Рис. Схема допоміжних операцій торгово-технологічного процесу в магазині

На структуру й організацію торгово-технологічного процесу магазинів впливають такі **фактори**: рівень розвитку виробництва товарів; стан торгівлі і її матеріально-технічної бази; кваліфікація торгового персоналу; тип магазину і розмір його торгової площі; склад і площа неторгових приміщень магазину; види торгово-технологічного обладнання; асортимент товарів, які підлягають реалізації, їх підготовленість до відпуску покупцям; застосовувані засоби механізації; форми організації праці та матеріальної відповідальності тощо. Особливу роль у формуванні структури торгово-технологічного процесу магазину відіграють застосовувані в ньому методи продажу товарів. Наприклад, перехід до застосування самообслуговування, пов'язаний із завчасною підготовкою товарів до продажу способом виконання операцій нарізання, зважування, упакування і т.п. у неторгових приміщеннях, приводить до скорочення кількості технологічних операцій, які повинні виконуватися безпосередньо в торговому залі.

Усі технологічні операції, які виконуються в магазинах, поділяють на три основні групи: 1) операції безпосереднього обслуговування покупців; 2) підготовча робота з обслуговування покупців; 3) операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів. До першої з них належать технологічні операції, які забезпечують процес продажу товарів і

обслуговування покупців, — викладання товарів у торговому залі, самостійний відбір товарів покупцями з обладнання торгового залу або відпуск товарів, викладених на робочому місці продавця, надання покупцям додаткових послуг тощо. Це — найбільш відповідальна частина торгово-технологічного процесу магазину. До другої групи операцій належать операції, пов'язані з процесом підготовки товарів до продажу, — обробка товарів, їх фасування, переміщення в торговий зал. Група операцій, пов'язаних із процесом зберігання товарних запасів, охоплює приймання товарів, їх переміщення до місць зберігання, зберігання запасів у встановлених обсягах і асортименті.

Торгово-технологічний процес кожного магазину повинен організовуватися на основі певних **принципів**, основними з яких є: комплексний підхід до розробки варіантів продажу товарів; забезпечення найкращих умов вибору товарів і їх придбання, економія часу покупців, високий рівень торговельного обслуговування; відповідність технології роботи магазину сучасному науково-технічному рівню; економічна ефективність торгово-технологічного процесу; збереження фізико-хімічних властивостей товарів.

Під час розробки проекту торгово-технологічного процесу магазину необхідно враховувати можливість його організації на основі різних варіантів побудови технологічного процесу магазину. Розрізняють три основні схеми технологічного процесу в магазинах. Перша схема передбачає розвантаження транспортних засобів, приймання товарів за кількістю і якістю, їх зберігання, підготовку товарів до продажу, переміщення товарів з неторгових приміщень магазину в торговий зал і їх викладання на торгово-технологічному обладнанні, продаж і обслуговування покупців, розрахункові операції та надання додаткових послуг. Дана схема є найбільш повною і потребує наявності в магазині комплексу спеціальних приміщень, призначених для виконання тих чи інших функцій, зокрема, приміщень для приймання товарів, їх продажу, зберігання, підготовки до реалізації. Ця схема є характерною для більшості магазинів.

Друга схема включає операції з розвантаження транспортних засобів, приймання товарів за кількістю і якістю, зберігання і продажу. У цьому разі в торгово-технологічному процесі магазину немає операції підготовки товарів до продажу, що дозволяє зменшити кількість функціональних приміщень магазину за рахунок приміщень для підготовки (розпакування, фасування, очищення, комплектування та ін.) товарів до продажу.

Третя схема передбачає розвантаження товарів з транспортних засобів, приймання товарів за кількістю та якістю і їх продаж. Ця схема застосовується під час реалізації тих товарів, які надходять у магазин в тарі-обладнанні, а також на піддонах. Дана схема потребує наявності в будівлі магазину лише функціональних приміщень, призначених для приймання товарів і для їх продажу. Різновидом цієї схеми є варіант, який застосовується при реалізації меблів, великогабаритних електротоварів, спорттоварів, радіотелеапаратури, господарських і будівельних товарів. При

цьому виконуються такі операції: S розвантаження товарів з транспорту; -S приймання їх за кількістю та якістю; розміщення зразків товарів у торговому залі; -S продаж товарів за цими зразками. При цьому товари доставляються на адресу покупця транспортно-експедиційним підприємством безпосередньо з промислових підприємств, складів оптової бази або роздрібною торгівлі.

15.Порядок і технологія приймання товарів за кількістю. Приймання товарів за кількістю в магазині полягає у зіставленні маси, кількості місць та одиниць фактично завезених товарів з даними супровідних документів і маркування. Перевірку кількості товарів ведуть у одиницях вимірювання, вказаних у супровідних документах. Масу нетто товарів при цьому потрібно визначати в тому порядку, який установлений стандартами, ТУ або іншими обов'язковими для сторін документами. Масу тари необхідно визначати одночасно з масою нетто товару.

У тих випадках, коли товари в магазин надійшли без супровідних документів, їх фактична кількість повинна бути визначена і зазначена в акті про фактичну кількість товарів з указанням у ньому відсутніх документів; при цьому отримані товари повинні залишатися в магазині на відповідальному зберіганні до прибуття супровідних документів.

Якщо при кількісному прийманні товарів у момент надходження неможливо визначити масу нетто товарів, то спочатку перевіряють масу брутто товару, а після звільнення тари від товару визначають фактичну масу тари. Масу брутто при отриманні товарів і масу тари після її звільнення вказують у відповідних актах.

**Акт про масу тари** повинен бути складений не пізніше ніж через 10 днів після її звільнення.

**Акт про масу тари з-під вологої продукції** (оліфа, мастила, фарба та ін.) повинен бути складений негайно після звільнення тари з-під продукції.

**В акті про результати перевірки маси тари** повинна бути вказана маса нетто продукції, визначена відніманням від маси брутто маси тари.

Приймання товарів за кількістю проводиться: а) при централізованому завезенні товарів постачальником – безпосередньо в магазині; б) при вивезенні товару транспортом магазину – на складі постачальника; в) при іногородній поставці – на станції (пристані) призначення.

Приймання товарів за кількістю проводиться, як правило, в такі строки:

а) при надходженні без тари, у відкритій чи пошкодженій тарі – у момент надходження в магазин, отримання зі складу постачальника або органів транспорту;

б) при надходженні у справній тарі: за масою брутто і кількістю місць - у момент отримання від постачальника; за масою нетто і кількістю одиниць у кожному місці – одночасно з розкриттям тари, але не пізніше ніж через 10 днів з моменту надходження, а товари з обмеженими термінами зберігання – не пізніше 24 годин з моменту отримання товарів.

При надходженні товарів у непошкодженій закритій тарі приймання товарів проводиться у два етапи: на першому етапі проводять попереднє приймання товарів у місці отримання їх від постачальника або підприємства транспорту, перевіряючи маркування, перераховуючи кількість тарних місць, визначаючи масу брутто (при цьому вміст тарних місць за кількістю одиниць товарів і масою нетто не перевіряється). Остаточне приймання товарів за кількістю проводять у магазині, перевіряючи кількість одиниць товару в кожному тарному місці і масу нетто.

Особливим випадком такої процедури є приймання товарів (борошно, цукор, крупи та ін.), які отримують на складі постачальника або підприємства транспорту в справній стандартній транспортній тарі. У цьому разі товари приймають без перевантажування за кількістю тарних місць.

При надходженні в магазини незатарених товарів у контейнері приймання проводиться одночасно з розкриттям контейнера (вагона). Товари, які доставлені в контейнерах і тарі, приймають за кількістю місць або масою брутто в момент розкриття контейнера, а остаточне приймання за кількістю одиниць і масою нетто проводять у раніше зазначені терміни.

Приймання товарів оформлюється накладенням на супровідний документ штампа з вказівкою дати, номера штампа, кількості й суми прийнятого товару, а також підписом матеріально відповідальної особи, яка приймала товар.

У разі невідповідності маси брутто окремих місць масі, вказаній у супровідних документах або на трафареті, працівники магазину не повинні розкривати тару та упаковку, а для участі в остаточному прийманні запросити представника місцевого відправника; якщо ж товари отримані в оригінальній упаковці або в непорушеній тарі виготівника, який не є відправником даної партії, то потрібно викликати представника місцевого виготівника (представник іногороднього виготівника викликається лише у випадках, прямо передбачених договором сторін).

У разі встановлення розбіжностей за кількістю товарів у тарному місці приймання призупиняється, вся партія товарів поміщається у відокремлене приміщення, а про виявлену невідповідність у кількості товарів складається односторонній акт за підписами осіб, які брали участь у прийманні товарів. Акт передається адміністрації торговельного підприємства.

Повідомлення про виклик представника постачальника (виготівника) необхідно направити не пізніше ніж через 24 години після виявлення нестачі (надлишку) товарів. У повідомленні про виклик представника вказується: найменування продукції, її кількість, якість, дати і номери рахунків і транспортних документів, характер нестачі, основні виявлені недоліки, стан пломб, час, на який призначене приймання. Виклик представника постачальника здійснюється такими способами: місцевого постачальника - телефонограмою; іногороднього – телеграмою.

Для участі в остаточному двосторонньому прийманні представник місцевого постачальника (виготівника) зобов'язаний прибути, як правило, наступного дня, немісцевого (іногороднього) – не пізніше ніж через 3 дні з

моменту отримання виклику (не беручи часу на дорогу), якщо інший строк не встановлений договором; для приймання товарів з обмеженими термінами зберігання представник постачальника зобов'язаний прибути протягом 4 годин. У разі неявки представника постачальника, а також у випадках, коли виклик представника не є обов'язковим, запрошується представник незацікавленої організації або представник громадськості.

Остаточне приймання товарів за кількістю має бути проведене в такий строк:

а) товари з обмеженими термінами зберігання – не пізніше ніж через 24 години;

б) усі інші товари – не пізніше ніж через 10 днів після їх надходження.

Остаточні результати приймання товарів за кількістю оформляються Актом про встановлення розбіжностей за кількістю підчас приймання товарів, який складається в день закінчення приймання. До акту повинні бути прикладені копії супровідних документів, документ, який засвідчує повноваження представника постачальника, тощо. Акт повинен бути підписаний всіма особами, котрі брали участь у прийманні товарів за кількістю, і затверджений керівником підприємства-одержувача не пізніше від наступного дня з моменту його складання.

Окремий порядок приймання товарів передбачений у разі постачання їх у магазини в тарі-обладнанні. Він регламентується вимогами Інструкції про особливості приймання товарів народного споживання, які доставляються в тарі-обладнанні.

Деякі товари, надіслані магазину поштовими посилками, приймають у відділеннях зв'язку відповідно до чинної Інструкції про приймання товарів від підприємств зв'язку. Порядок приймання товарів у посилках аналогічний до порядку приймання товарів у тарі. У разі виявлення розбіжностей по масі і порушень цілісності упаковки у відділеннях зв'язку її розкривають і складають акт за формою, встановленою Мінзв'язку, за участі представника відділення зв'язку.

17. Порядок і технологія приймання товарів за якістю. Приймання товарів за якістю в магазині полягає в зіставленні якості товару, що надійшов, та його комплектності, а також тари, упаковки, маркування з вимогами стандартів, ТУ, договорів з даними супровідних документів постачальника. Приймання товарів за якістю повинно проводитися з точним дотриманням вимог стандартів, ТУ, інших обов'язкових для сторін правил, а також за супровідними документами, які посвідчують якість і комплектність товарів, - технічного паспорта, сертифіката, специфікації та ін.

Перевірка товарів за якістю може бути суцільною або вибірковою, а для визначення якості товарів можуть застосовуватися методи лабораторної або органолептичної оцінки. За органолептичними показниками (зовнішній вигляд, запах, смак, консистенція) товари перевіряють попередньо – в місці отримання, а в магазині проводять остаточне приймання.



У разі якщо угодою роздрібного торговельного підприємства та постачальника передбачене проведення приймання товарів за якістю на основі норм зазначених вище Інструкцій, остаточне приймання товарів за якістю проводиться в такі терміни: а) при місцевому постачанні товари з обмеженими термінами зберігання повинні бути прийняті за якістю протягом 24 годин з моменту отримання, а всі інші товари – не пізніше ніж через 10 днів; б) при іногородній поставці товарів відповідно 24 години та 20 днів з моменту надходження товарів на склад товароодержувача. Товари у транспортній тарі приймають за якістю одночасно з розкриттям тари, зразу ж після приймання товарів за кількістю одиниць у тарному місці. У разі виявлення невідповідності товарів за якістю, комплектністю, маркуванням вказаним вимогам одержувач зобов'язаний повідомити відправника (виготівника) про необхідність участі його представника у двосторонньому прийманні.

Одночасно з перевіркою якості товарів перевіряють зміст і правильність їх маркування (за даними маркування визначають виготівника виробу, найменування, сорт товару, дату виготовлення та інші дані, передбачені стандартами або ТУ; маркування повинне бути нанесене або безпосередньо на товар (виріб) або на прикріплений на нього ярлик).

Перевірка тари й упаковки передбачає визначення відповідності її вимогам стандартів або ТУ та здатності забезпечувати збереження кількості та якості товарів під час перевезення (у договорі поставки можуть вказуватись номери стандартів і ТУ на тару та/або упаковку, в яких повинен поставлятися товар).

Терміни прибуття місцевих та іногородніх представників виготівника (відправника) для участі в прийманні товарів за якістю та комплектністю аналогічні термінам приймання товарів за кількістю. Однакові також порядок призначення представника постачальника (відправника) і характер посвідчення, яке йому видається. Якщо представник постачальника в установлені терміни не прибув, то перевірка якості товарів здійснюється експертом Бюро товарних експертиз ТПП. За підсумками приймання товарів за якістю та комплектністю з участю осіб, які брали участь у ньому, у день закінчення приймання складається двосторонній акт, зміст якого регламентується Інструкцією. В цьому акті мають бути сформульовані висновки про характер виявлених дефектів у товарах, причини та винуватців їх виникнення. Товари, щодо якості яких складено такий акт, магазин повинен прийняти на відповідальне зберігання до отримання рішення постачальника щодо їх дальшого використання. Акт приймання затверджує керівник підприємства-одержувача не пізніше ніж через 3 днів після складання. Затверджений акт служить підставою для оформлення претензії до постачальника, порядок подання якої визначений законодавством України. Важливою особливістю процесів приймання товарів за якістю в магазинах є те, що чинним законодавством передбачено право підприємств роздрібною торгівлі документально оформляти і висувати відповідні претензії

до виробників товарів у зв'язку з виявленням виробничих вад товарів навіть за межами встановлених термінів приймання за якістю.

Працівники роздрібно-торговельного підприємства мають право документально оформити акт про виявлення виробничих вад у товарах, якщо вони виявлені під час підготовки товарів до роздрібного продажу або під час роздрібного продажу протягом 4 місяців після отримання товарів.

У разі виявлення прихованих вад у товарах відповідний акт повинен бути оформлений протягом 5 днів після виявлення, але не пізніше від 4 місяців від дня надходження товарів на склад підприємства, котре виявило ці недоліки (якщо інші терміни не встановлені договором сторін). При цьому під прихованими вадами розуміють такі, що не можуть бути виявлені під час звичайної для даного товару перевірки і можуть виявитися в процесі зберігання, підготовки до продажу або використання товарів.

Якщо на товари встановлені гарантійні терміни експлуатації або зберігання, то акт про приховані вади повинен бути складений протягом 5 днів, але в межах встановленого гарантійного терміну. Якщо ж гарантійний термін на товари встановлюється з моменту їх роздрібного продажу, то акт про приховані вади товарів може складатися також у період зберігання перед продажем незалежно від часу отримання товарів.

Особлива роль процесів приймання товарів за кількістю та якістю в забезпеченні збереження товарно-матеріальних цінностей обумовлює необхідність їх якісної організації, зокрема через дотримання певних рекомендацій та здійснення відповідних організаційно-технічних заходів.

В акті про встановлення розбіжностей за кількістю під час приймання товарів вказують такі дані: найменування продукції (вантажу), адреси відправника і отримувача; дата і номер: акта про нестачу, телеграми і телефонограми про виклик представника відправника (виготівника), рахунка-фактури і транспортної накладної, комерційного акта (якщо його склали); місце і час приймання товарів; дані про осіб, котрі брали участь у прийманні товарів, їх посвідчення; дату відправлення і прибуття товарів, час видачі вантажу, розкривання вагона чи контейнера, його доставки на склад отримувача; стан тари й упаковки в момент огляду товару, а також маркування тари; умови зберігання товарів на складі отримувача до приймання, відомості про способи визначення кількості продукції, якої не вистачає, і підтвердження про користування справними вагами та іншими вимірювальними приладами, вивіреними в установленому порядку; ким зважені, опломбовані та відправлені товари, справність пломб, фактичну масу товарів згідно з даними документів та трафарету; точну кількість товарів, яких не вистачає, і їх ціну; детальний висновок про причини і місце виникнення нестачі (надлишків) товарів. Працівники роздрібно-торговельного підприємства мають право документально оформити акт про виявлення виробничих вад у товарах, якщо вони виявлені під час підготовки товарів до продажу або під час продажу. За актом про встановлення розбіжностей за якістю під час приймання товарів передбачено право і документальне оформлення претензій до виробника товарів.

18. Організація збереження товарів у магазині. Обов'язки матеріально відповідальних осіб із забезпечення збереження товарно-матеріальних цінностей на роздрібних торговельних підприємствах.

Правильна організація зберігання товарів, збереження їх кількості і якості забезпечує максимальне залучення в реалізацію товарів, які завозяться в роздрібну торгову мережу, зниження матеріальних витрат і затрат праці, підвищення рентабельності торгівлі.

Процес зберігання товарів у магазині пов'язаний з виконанням таких технологічних операцій, як переміщення товарів у визначені для цього приміщення, їх розміщення та укладання в місця зберігання, створення оптимального режиму зберігання, дотримання встановлених термінів зберігання товарів, нагляд за станом товарів під час зберігання і забезпеченням роботи необхідного технологічного обладнання (холодильного, теплового та ін.), підтримання чистоти в приміщеннях магазину, поточний догляд за товарами тощо.

Зберігати товари в магазинах потрібно з урахуванням їх фізико-хімічних властивостей, термінів зберігання та реалізації, черговості надходження в магазин і подавання в торговий зал, додержуючи правила товарного сусідства з тим, щоб не допускати шкідливих впливів одних товарів на інші (передавання запаху, вологості).

Одна з провідних британських фірм «Теско» розробила і застосовує низку рекомендацій щодо оптимізації процесу приймання товарів у магазині:

> Поставка товарів повинна здійснюватись суворо за графіком. Дотримання графіка прибуття автомобілів з товаром - обов'язок постачальника. Керівники магазину повинні забезпечити, щоб до моменту прибуття автотранспорту на перебували спеціально виділені і відповідно навчені працівники, відповідальні за приймання товарів. Для навчання потрібно проводити спеціальну професійну підготовку у формі семінарів, разових тематичних занять.

> Керівники магазину зобов'язані періодично перевіряти організацію приймання способом особистого контролю. Рекомендується час від часу проводити повторні контрольні перевірки (ще раз перевіряти вже прийняту партію). Одночасно контролюється додержання санітарно-гігієнічних вимог, чистота, незахаращення території, свобода під'їзних шляхів і маневрування автотранспорту.

> Для приймання товарів повинна бути виділена спеціальна зона.

> Застосування при прийманні товарів технології сканування машинозчитуваних штрихових символів маркування та етикеток (не на поверхні споживчої тари, а на транспортній (як правило — гофрокартонні ящики) тарі).

> Застосування під час приймання товарів дисплеїв, зв'язаних з внутрішкв магазинною АСУ: на їх екран можна виводити дані про замовлені магазином товари і про ті, які фактично доставлені, що дозволяє негайно виявити всі надлишки і нестачі.

> Доставлені товари повинні бути згруповані в тому порядку, у якому вони перелічені в вантажосупровідних документах. Це спрощує і прискорює перевірку при прийманні.

> Приймання товарів у магазинах значно спрощується також при постачанні централізованих розподільних складів торговельної системи за рахунок скорочення кількості рейсів автомобілів, їх більш повного завантаження, додержання графіків завезення й уніфікації вантажосупровідної документації.

Зберігання товарів у магазині необхідно організувати так, щоб при цьому забезпечувалась чіткість і швидкість виконання всіх наступних операцій технологічного процесу, ефективність використання площі приміщень (зон) для зберігання товарів та місткості торгово-технологічного обладнання, виділеного для цієї мети, і створювались оптимальні умови праці для торгового персоналу. Відповідальність за збереження кількості та якості товарів у процесі зберігання їх у магазинах покладається на матеріально відповідальних осіб.

Основними **факторами**, які впливають на ефективність організації операції зберігання, є стан МТБ роздрібної торгівлі, рівень організації торгово-технологічного процесу в магазині, склад і кваліфікація торгового персоналу, рівень його знань щодо особливостей та умов зберігання окремих товарів тощо.

При організації зберігання товарів у магазині необхідно враховувати його особливості, а саме: 1) у магазинах зберігається широкий асортимент товарів багатьох товарних груп, які потребують різних (інколи специфічних) умов зберігання; 2) загальний обсяг партій товарів, що зберігаються в магазині, є відносно невеликим, а самі товари зберігаються, як правило, у розпакованому вигляді; 3) у магазині можуть одночасно зберігатися товари одного найменування, але з різними цінами; 4) запаси товарів у магазинах характеризуються порівняно швидкою оборотністю та оновлюваністю; 5) частина товарів зберігається безпосередньо в торговому залі. У підприємствах роздрібної торгівлі товари зберігаються у формі резервного запасу, розташованого в спеціально пристосованих для цієї мети приміщеннях, та у формі робочого запасу, який зберігається безпосередньо в торговому залі магазину.

Організація зберігання товарів у магазині забезпечується шляхом виконання комплексу заходів організаційного, технічного і санітарно-гігієнічного характеру. ! **Організаційні заходи** включають визначення матеріально-відповідальних осіб та заходів щодо охорони товарно-матеріальних цінностей, складання графіків завезення товарів з урахуванням ритму їх продажу, визначення оптимальних розмірів завезення товарів, розробку карт розміщення товарів у магазині, забезпечення протипожежних заходів. **Технічні заходи** зі зберігання товарів передбачають вибір і встановлення у відповідних приміщеннях необхідного обладнання, придбання спеціального інвентарю та інструментів, визначення режиму й умов зберігання товарів, здійснення контролю за ними, проведення робіт

щодо розширення застосування тари-обладнання. **Санітарно-гігієнічні заходи** охоплюють організацію санітарного нагляду, профілактичних і попереджувальних заходів по недопущенню втрат і псування товарів, підтримання температури і вологості повітря, забезпечення встановленої кратності повітрообміну та ін.

У технологічному процесі зберігання товарів у магазині виділяють **4 основні операції**: 1) розміщування товарів на зберігання; 2) укладання їх у місцях зберігання; 3) створення оптимального режиму зберігання; 4) спостереження і поточний догляд за товарами.

Операція **розміщування товарів на зберігання** здійснюється в процесі внутрішньомагазинного переміщування товарів способом доставки товарів в місця зберігання їх у магазині. Для виконання цієї операції використовуються такі технічні засоби, як ручні візки, вантажні ліфти, конвеєри, роликові доріжки, монорейкові механізми та ін.

Зберігання товарів у магазинах проводиться, як правило, одночасно в кількох приміщеннях, в яких на обмежених площах потрібно створювати різні умови та режими зберігання з урахуванням групування товарів за ознакою однорідності режиму зберігання, їх фізико-хімічних і біологічних властивостей. У зв'язку з цим зберігання товарів необхідно організовувати в окремих приміщеннях — охолоджуваних, утеплених, опалюваних, для зберігання пожежонебезпечних товарів тощо. Під час зберігання необхідно суворо дотримувати вимог товарного сусідства.

Під час виконання операцій **укладання товарів на зберігання** необхідно раціонально використовувати площу приміщень, створювати найкращі умови для збереження товарів і зручності для роботи з ними. З цією метою для кожної групи товарів відводять постійне місце зберігання, усередині товарної групи товари розміщують за підгрупами, видами та іншими ознаками. При цьому відстань від товарів, розміщених на зберігання, до опалювальних пристроїв повинна бути не меншою за 1 метр, до джерел освітлення — не менше ніж 50 см, до підлоги — 20 см, між стелажми і підтоварниками — 70 см.

Розміщуючи товари, враховують тривалість зберігання, послідовність та черговість їх реалізації і відпуску. Товари, запас яких поповнюється і реалізується відносно довго, розміщують на дальніх ділянках приміщення, завезені раніше — реалізуються в першу чергу. Товари короткострокового зберігання теж розташовують поближче до виходів.

Усі товари повинні групуватись за ознакою однорідності режиму зберігання, створеного з урахуванням їх фізико-хімічних і біологічних властивостей. При зберіганні необхідно суворо дотримуватись вимог товарного сусідства, яке виключає передання запахів, вологи, пилу від одного товару до іншого. Так, не можна зберігати товари з різкими специфічними запахами (мило без герметичної упаковки, парфумерія, тютюнові вироби, риба, оселедці, лаки, фарби) разом з товарами, які спроможні поглинати запахи (кондитерські вироби, борошно, цукор, тканини, одяг, трикотаж); забороняється зберігати поряд товари, які

спроможні вступати в хімічну взаємодію (хімікати — з металевими виробами, фотопапером), гігроскопічні товари — з тими, що виділяють вологу (сухі фарби — оліфа; борошно, цукор — фрукти, овочі). Разом з тим зручним для відбору товарів є спільне розміщення на зберігання однорідних товарів або товарів, близьких між собою за режимами зберігання (тканини — одяг — головні убори — білизна; картопля — овочі — плоди, цукор — кондитерські вироби; борошно — макаронні вироби — крупи тощо).

Товари зберігаються в тарі або ж без неї (в розпакованому вигляді). Основними способами укладання товарів на зберігання є стелажний і штабельний, вибір залежить від властивостей товарів, виду тари тощо.

На стелажах зберігають розпаковані товари, товари в дрібній споживчій тарі (картонних коробках, пачках, скляних банках), а також товари особливої форми. При цьому товари на полицях стелажів укладають рядами або стосами маркуванням назовні. Для полегшення підрахунку такі товари доцільно укладати десятками або сотнями, тобто — в заокруглених кількостях.

Штабельний спосіб застосовують для важких, великогабаритних товарів, товариш ящиках, мішках, кіпах, пачках. Товари укладаються на підтоварники або піддони із застосуванням прямої, зворотної або перехресної форми укладання. Так, пряме укладання застосовується при укладанні в штабель товарів, упакованих у ящики одного розміру, які ставляться один на одного маркуванням назовні; у цьому випадку розташували (просторова орієнтація) кожного ящика верхнього ряду збігається з розташування ящика в попередньому нижньому ряду. У разі формування штабеля з ящиків подовженої форми ящики верхнього ряду встановлюються впоперек відносно ящиків попереднього нижнього ряду, що є характерним для перехресної форми укладання і забезпечує більшу стійкість штабеля. Перехресна форма укладання товарів у штабелі застосовується під час штабелювання товарів, які затарені в мішки. У цьому разі в кожен ряд укладається 3 або більше мішків, але в кожен наступний ряд мішки укладаються в зворотному порядку відносно попереднього ряду.

Висота укладання штабеля залежить від висоти приміщення, встановленого граничного навантаження на 1 м<sup>2</sup> підлоги, виду товару, міцності тари та упаковки. За відсутності в магазині механізмів для піднімання вантажів вимогами техніки безпеки забороняється укладати штабелі висотою більше за 2 метри при масі вантажу! понад 50 кг. Товари в стелажах і штабелях рекомендується укладати в шаховому порядку з метою створення колодязів для вентилявання повітря.

Крім того, деякі товари викладаються рядами, у підвішаному вигляді, навалом або насипом. Так, укладання рядами застосовується щодо громіздких товарів, які неможливо укладати в штабелі (окремі види меблів, мотоцикли, піаніно та ін.); у підвішеному вигляді — на вішаках — зберігаються одяг і трикотажні вироби.

Товари, які надходять у магазин від постачальників у тарі-обладнанні і повинні зберігатися відносно короткий час, розміщуються на зберігання

безпосередньо у цій тарі-обладнанні. Товари, які надходять у магазин у пакетованому вигляді, зберігаються на піддонах та підтоварниках. При зберіганні товари укладають на підтоварники, піддони, стелажі, у шафи, підвішують на вішалки («плечики») і кронштейни. Громіздкі (великогабаритні) і важкі товари необхідно розташовувати на нижніх полицях торгово-технологічного обладнання, більш легкі — на верхніх. Не допускається зберігання товарів на підлозі.

Для швидкого знаходження товарів, швидкого і зручного відбору з полиць стелажів для подавання в торговий зал ці полиці або ж самі вироби рекомендується оснащувати паспортом із зазначенням найменування товару, артикулу, кількості, дати надходження і дати видачі.

Основними умовами, які забезпечуються в процесі операцій зі створення оптимального режиму зберігання, є визначена температура і відносна вологість повітря, відповідне освітлення і вентиляція.

Низька температура в поєднанні з підвищеною відносною вологістю повітря, які призводять до появи плісняви, втрати якості цукру, борошна, іржавіння виробів зі шкіри; водночас підвищена температура веде до висихання товарів (лаки, фарби, парфумерія, овочі, плоди та ін.), втрати еластичності виробів з хутра, шкіри тощо.

Під час зберігання товарів у разі потрапляння на них прямих сонячних променів відбувається прогрівання жирів, позеленіння картоплі (внаслідок збільшення вмісту в ній соланіну), вигорання та втрата міцності тканин, взуття, виробів з пластмаси і картону та ін.

Під час зберігання більшості непродовольчих товарів та багатьох продовольчих товарів (за винятком товарів з обмеженими термінами зберігання), як правило, підтримують температуру повітря від +12 до +18°C і відносну вологість повітря в межах 60—70 %. У зв'язку з існуванням більш різких коливань температури і відносної вологості повітря біля дверей, вікон та підлоги, товари, які спроможні реагувати на такі коливання, рекомендується укладати на зберігання у верхній частині стелажів, на віддаленні від дверей та вікон, тобто в місцях з більш стабільною температурою та вологістю повітря.

Для обмеження доступу світла в приміщеннях для зберігання товарів у магазинах вікна зафарбовують білою фарбою або ж завішують цупкою тканиною, а овочі, фрукти, жири та вершкове масло зберігають у затемнених приміщеннях.

Контроль відносної вологості повітря і температури здійснюють за допомогою спеціальних приладів (психрометрів, термометрів). Найбільш розповсюдженими методами регулювання умов зберігання є провітрювання приміщень, накопичення • природного холоду, затемнювання приміщень та ін. Так, якщо в приміщенні для зберігання товарів занадто сухо, то рекомендується провести вологе прибирання і здійснити провітрювання приміщення в сиру погоду; якщо ж температура в приміщенні занадто висока, то його потрібно провітрити у суху погоду. Влітку з метою охолодження приміщення і накопичення в ньому природного холоду

вентиляційні пристрої відкривають у нічний час, а вдень таку вентиляцію намагаються обмежувати. У процесі зберігання за товарами потрібен догляд, який полягає в періодичному огляді, перекладуванні, очищенні від пилу. Періодично в магазинах потрібно проводити т. зв. санітарні дні, під час яких здійснюється генеральне прибирання всіх приміщень. Комплекс санітарно-гігієнічних заходів слід доповнювати проведенням дератизації та дезинсекції.

Особливу увагу в процесі догляду за товарами потрібно звертати на необхідність дотримання граничних і гарантійних термінів їх зберігання, враховуючи при цьому також черговість надходження однойменних товарів у магазин. Товари, які надійшли в магазин раніше, а також ті, в яких закінчується термін реалізації, повинні відбиратися з місць зберігання і подаватися у торговий зал першою чергою.

**Граничний термін зберігання** - це час, протягом котрого товари повинні бути реалізовані. Граничні терміни зберігання встановлюються для продовольчих товарів з моменту їх виготовлення з урахуванням способів обробки (заморожування, охолодження, коптіння та ін.) і особливостей фасування та пакування (туші, півтуші, великокускові, упаковані в ящики чи бочки, з використанням фольги, пергаменту тощо). Вони залежать від температури зберігання і (для окремих товарів) відносної вологості повітря. Товари з простроченим граничним терміном зберігання реалізовувати забороняється.

Гарантійний термін зберігання — це час, протягом якого підприємство-виробник несе відповідальність за якість виготовлених товарів за умови додержання встановлених правил зберігання. Гарантійний термін зберігання також визначається від дня виготовлення товару.

Граничні і гарантійні терміни зберігання товарів у магазині встановлюються відповідними стандартами або технічними умовами на товари.

Особливо ретельно потрібно організовувати зберігання в магазинах залишків сої зонних товарів, які не вдалося реалізувати протягом відповідного сезону, та аналогічних товарів, завезених достроково з метою підготовки до торгівлі у наступному сезоні. Оскільки перерва між сезонами (весна—літо, осінь—зима) є досить тривав лою, то для зберігання таких товарів повинні бути забезпечені більш жорсткі з погляду відповідності стандартам умови.

У процесі зберігання товарів у магазинах виникають товарні втрати, серед яких виділяють природні втрати і актовані втрати. Природні втрати товарів виникаючі унаслідок фізико-хімічних властивостей товарів і є об'єктивно обумовленими, тим часом як актовані втрати в переважній більшості пов'язані з суб'єктивними чинниками — неправильне зберігання товарів, необережне або безгосподарське поводження з ними, внаслідок чого виникає бій, лом, псування товарів. Розмір природних втрат товарів у магазинах можуть бути зменшені через створення оптимального режиму зберігання товарів, розміри актованих втрат — за рахунок правильної організації зберігання товарів, налагодження системи матеріальної



відповідальності, чіткого обліку і контролю за надходженням, реалізацією та залишками товарів у магазині, недопущення крадіжок товарів персоналом магазинів та пост» чальників і оснащення будівель магазинів системами охорони та сигналізації.

Система розташування товарів на площах торгового залу, інших приміщень магазину або ж на окремих ділянках робочого місця продавця за певними асортиментними ознаками, притаманними окремим товарам (вид, група, артикул, розмір, фасон, сорт) називається розміщення товарів.

Операції, виконання яких забезпечує створення такої системи, називають розміщенням товарів у торговому залі. Загальний комплекс робіт з розміщення товарів у торговому залі включає два принципово відмінні види робіт:

1) визначення місць розміщення товарів окремих товарних груп (або споживчих комплексів) у торговому залі на основі попередньо розроблених планів (карт, схем технологічного планування торгових залів) і розподіл торгової площі під окремі групи (споживчі комплекси);

2) визначення місць розташування окремих підгруп і найменувань товарів на торговельному обладнанні на основі схеми розгортання обладнання і здійснення безпосереднього викладання товарів.

Отже, операції з розміщення товарів у торговому залі безпосередньо пов'язані з дальшими технологічними операціями з викладання товарів на торгово-технологічному обладнанні. У магазинах, які реалізують товари через прилавок обслуговування, розміщення товарів полягає в їх укладанні на робочому місці продавця з метою полегшення умов його роботи; у магазинах самообслуговування розміщення товарів створює передумови для дальшого викладання їх на торгово-технологічному обладнанні торгового залу.

Раціональне виконання операцій з розміщення товарів сприяє скороченню їм трат праці торгового персоналу на поповнення запасів товарів у торговому залі, правильному формуванню потоків покупців, економить їх час на огляд і вибір товарів та підвищує культуру торговельного обслуговування, забезпечує підвищення пропускної спроможності магазину й ефективності його роботи. При цьому важливо правильно вибрати зони, місця та послідовність розташування товарів окремих груп (видів) на площі торгового залу, розміри площі для організації торгівлі товарами певного призначення або товарної групи.

Робота з визначення місць розміщення товарних груп та розмірів площі, яка для них виділяється в торговому залі магазину певного типу, тісно пов'язана з розробкою схем технологічного планування торгових залів і базується на врахуванні специфіки асортименту товарів, які повинні реалізовуватись у магазині, застосовуваних методів їх продажу, особливостей об'ємно-планувальних рішень торгового залу і розташування окремих конструктивних елементів (двері, вікна, колони).

У випадку продажу товарів через прилавок обслуговування місце

розташування товарних запасів, з яких продавець відпускає відібраний товар, не є важливим для покупця, оскільки йому пропонуються до ознайомлення лише зразки товарів, які є за прилавком. Водночас при застосуванні самообслуговування місце розташування товарів у торговому залі і площа, яка відводиться для їх показу та продажу, набуває суттєвого значення. При самообслуговуванні всю необхідну інформацію про товар покупець отримує не від продавця, а безпосередньо ознайомлюючись із викладеними в торговому залі товарами.

У торговому залі товари розміщуються за товарно-галузевим принципом або за комплексним принципом (за принципом комплексності попиту, взаємозамінності товарів або спільності призначення). Розміщування товарів за товарно-галузевим принципом передбачає виділення одного робочого місця, зони або торгового відділу для виробів однієї товарної групи; комплексний принцип розміщування товарів полягає в об'єднанні на одному робочому місці, в одній секції, відділі, на одному поверсі магазину товарів різних груп, взаємозв'язаних у попиті, або тих, що задовольняють потреби певних контингентів покупців (у цьому разі створюються можливості для придбання покупцями т. зв. комплексних покупок і скорочення часу перебування їх у магазині).

У практиці вітчизняних магазинів самообслуговування традиційно додержуються такої послідовності розміщення зон продажу продовольчих товарів «хліб і хлібобулочні вироби — бакалійні товари — кондитерські вироби — гастрономічні товари»; при цьому окремо розміщують відділи (зони, робочі місця) з продажу м'яса, риби, свіжих овочів і фруктів, тобто товарів з особливими фізико-хімічними властивостями й особливими вимогами щодо застосовуваних прийомів їх продажу, а також супутніх непродовольчих товарів.

У магазинах з торгівлі непродовольчими товарами, розташованих у багатоповерхових будівлях, на першому поверсі традиційно розміщують товари підвищеного і більш частого попиту (парфумерія, галантерея, канцтовари), громіздкі і важкі товари; на другому і вищих поверхах розміщують непродовольчі товари, які потребують більше часу для огляду та вибору їх покупцями (нижче — товари дитячого асортименту, вище — взуття, одяг, трикотаж, тканини), а в підвальному або цокольному приміщенні — організовують торгівлю продовольчими товарами.

На розміщення товарів впливають традиція, характер та привабливий зовнішній вигляд товару, зручність роботи для торгового персоналу, рентабельність, необхідність запобігання крадіжкам, зручність для покупців та особисті смаки адміністрації магазину.

У процесі розробки схеми розміщування товарів:

- 1) визначають місце розташування кожної товарної групи або споживчого комплексу;
- 2) з урахуванням питомої ваги групи в товарообігу розраховують необхідну площу для розміщування товарів;
- 3) розробляють схему технологічного планування торгового залу з

указанням на ній зон розміщування і викладання конкретних груп і видів товарів;

4) підбирають відповідні види торгово-технологічного обладнання для викладання запасів товарів.

У ході цієї роботи особливу увагу звертають на визначення площі зони розміщування окремих товарних груп (споживчих комплексів). Для цього рекомендують визначити частку товарів кожної з груп в роздрібному товарообігу і відповідно до неї розрахувати частку товарної групи в площі торгового залу. Разом з тим одержаний результат потрібно скоригувати з урахуванням оборотності товарних запасів відповідних товарів, габаритів тари, упаковки тощо.

Основні вимоги щодо розміщування товарів у торговому залі традиційно передбачають: • забезпечення широкого вибору товарів; • додержання правил товарного сусідства; • достатність кількості товарів для забезпечення безперебійності торгівлі; • урахування руху потоків покупців; • забезпечення доброї видимості і доступності товарів для покупців; • забезпечення покупцям можливостей орієнтуватися щодо розміщення окремих комплексів або товарних груп і здійснення купівлі з мінімальними витратами часу на пошук та придбання товару; • закріплення за кожною групою товарів (комплексом) постійних місць розташування; • раціональне використання площі торгового залу для розміщування і викладання товарів.

Особливу увагу при розробці схем розміщування товарів звертають на додержання вимог, пов'язаних з необхідністю врахування напрямків руху потоків покупців у магазині, фізико-хімічних властивостей товарів і додержання правил товарного сусідства.

Зарубіжні спеціалісти рекомендують розміщувати товари з відносно низькими цінами, які створюють привабливе враження про рівень цін у магазині, поблизу до зони входу в торговий зал (на початку маршруту руху покупців). Проте місця розташування цих товарів повинні чергуватися з місцями розташування товарів, які приносять магазину найбільший прибуток.

Також ефективним є розташування товарів основних торгових марок на початку кожної асортиментної групи, оскільки на початку маршруту покупець готовий взяти в кошик більшу кількість одиниць товару, ніж у кінці маршруту, коли кошик майже заповнений.

Зокрема, рух потоку покупців, як правило, спрямовується від входу в торговий зал вздовж торгових меблів з викладеними на них товарами в напрямку, протилежному до напрямку руху годинникової стрілки. Тому товари, в реалізації яких зацікавлене торговельне підприємство, доцільно розташовувати в місцях, наближених до початку маршруту покупця.

У практиці торгівлі ефективно розміщування товарів досягається за умови додержання таких принципів розміщування товарів у торговому залі:

> рівномірне розміщення всього асортименту товарів магазину на торговій площі, використання для викладання товарів усіх вільних місць у торговому залі;

> відведення площі під окремі товарні групи з урахуванням питомої ваги цих товарів у продажу і їх оборотності;

> переважно концентроване розміщення однорідних товарів (на одному бон обладнання), хоча допускається розміщення однорідних товарів у різних місцях торгового залу, якщо ці товари входять складовою частиною до різних споживчих комплексів, або ж якщо їх концентрація приводить до затримки потоків покупців;

> особливе виділення нових товарів;

> розміщення супутніх товарів поряд з основними;

> розміщення великогабаритних, важких товарів поряд з вузлами розрахунку і з виходом з магазину;

> групування продовольчих товарів, як правило, за товарно-галузевим принципом, а непродовольчих товарів — способом об'єднання в мікрокомплекси;

> розміщення товарів частого попиту або тривалого ознайомлення в глибині торгового залу, осторонь від зон входу і виходу і в різних місцях торгового залу:

> розташування товарів зниженого попиту поряд з відповідними товарами підвищеного попиту;

> розташування на перших поверхах багатопверхових будівель магазинів товарів більш частого попиту, які не потребують тривалого вибору.

Важливо також виділяти окремі зони розміщення:

\* товарів, попередня підготовка до продажу яких здійснюється безпосередньо в магазині, поряд з приміщеннями для їх підготовки;

\* товарів, запаси яких потребують частого поповнення, поряд з приміщеннями для зберігання відповідних запасів;

\* продовольчих товарів, які в процесі продажу потребують нарізання, зважування, упакування (м'ясна, рибна, молочна гастрономія, овочі та ін.) на робочому місці продавця прилавку обслуговування;

\* товарів зі специфічними фізико-хімічними властивостями та шкідливими впливами на інші товари з погляду товарного сусідства — на торцях острівних гірок або в ізольованих від основної маси товарів корзинах;

\* дорогих товарів і товарів у дрібній упаковці — поблизу кабінки контролера-касира (у «зоні ефективного спостереження»).

Товари, які є у торговому залі, залежно від їх призначення відносять до робочого, виставкового або резервного запасу.

До робочого запасу відносять товари, призначені для відпуску покупцям. У магазинах, які реалізують товари за традиційним методом (через прилавок обслуговування), робочий запас товарів розміщують на обладнанні робочого місця продавця, і його більша частина прихована від покупців. У магазинах самообслуговування робочий запас товарів викладений на обладнанні відкрито, і покупці мають вільний доступ до нього. При торгівлі за зразками робочий запас, підготовлений до подачі в торговий зал, перебуває в приміщеннях для зберігання. Робочий запас товарів у торговому залі магазину розміщують на полицях пристінного і

острівного торгово-технологічного обладнання та в тарі-обладнанні.

Виставковий запас призначений для інформування покупців про асортимент наявних у продажу товарів. Він розміщується у вітринах, на спеціальних стендах, на верхніх полицях пристінного обладнання. При продажу товарів через прилавок обслуговування виставковий запас розміщують у вітринах і на верхніх полицях пристінного обладнання. У магазинах самообслуговування робочий запас є одночасно і виставковим. При продажу товарів за зразками виставковим запасом є виставлені у торговому залі зразки товарів.

Резервний запас служить для поповнення робочого запасу протягом робочого дня, а також для заміни виставкового запасу товарів. Він створюється для безперебійного обслуговування покупців і зберігається у складських приміщеннях магазину (комори, холодильні камери тощо) і частково — у торговому залі. При продажу товарів через прилавок обслуговування резервний запас зберігається на робочих місцях продавців у нижніх висувних ящиках прилавків, що примикають до торгового залу, або на полицях, розміщених з тильної сторони пристінних гірок.

У результаті формування на цій основі реальної схеми розміщення товарів у магазині має бути створена зручна система розміщення товарів з погляду умов для своєчасної подачі їх запасів у торговий зал.

Суть і принципи організації викладання товарів

Викладання товарів — це технологічні операції, пов'язані з розміщенням, укладанням і показом товарів на торговому обладнанні або іншій площі торгового залу, яка використовується для демонстрації товарів. Викладанням називають також способи показу й укладання на торгово-технологічне обладнання окремих видів товарів, завдяки яким показують властивості, колір, форму як кожного виду, так і всього асортименту пропонованих товарів. У результаті виконання операцій з викладення товарів утворюється т. зв. викладка товарів («товарна експозиція»). Для викладання товарів застосовуються різноманітні види торгово-технологічного обладнання: пристінні та острівні гірки, вішаки, стенди, подіуми, контейнери та ін.

Раціональна організація роботи з викладання товарів дає можливість покупцям оглянути та вибрати необхідний товар з мінімальними витратами часу і максимальними зручностями. Особливо важливу роль відіграє викладання товарів у магазинах самообслуговування.

У практиці торгівлі розрізняють товарну та декоративну викладку. Товарна викладка формується в магазинах самообслуговування з товарів робочого запасу з метою одночасного їх показу та відпуску.

Декоративна викладка формується з товарів виставкового запасу у вигляді різноманітних фігур, штабелів, пірамід тощо і завдяки цьому забезпечує привертання до них уваги покупців. Проте декоративну викладку в магазинах самообслуговування формують тільки з рекламною метою, оскільки покупці бояться брати товари з гарно викладених пірамід, спіралей,

«ялинок».

На торговому обладнанні товари викладають на основі вертикальної, горизонтальної або ж комбінованої системи викладання. При вертикальній системі однорідні товари викладають у кілька рядів на всіх полицях даної гірки згори донизу (вертикально). Ця система забезпечує покупцям під час свого руху вздовж полиць торгово-технологічного обладнання ознайомитися з усім наявним асортиментом товарів.

При горизонтальній системі певні однорідні товари викладають вздовж всієї довжини обладнання, внаслідок чого кожен товар повністю забирає одну або дві полиці відповідного рівня; недоліком цієї системи є те, що товари різних найменувань викладаються на несучих елементах торгових меблів, розташованих на різній висоті. Унаслідок цього, товари, розташовані на середніх полицях острівних і пристінних гірок, потрапляють у поле зору покупців, а товари, розташовані на верхніх та нижніх полицях торгового обладнання, залишаються практично поза увагою. Горизонтальну систему викладання доцільно застосовувати для демонстрації великогабаритних товарів або дрібних товарів у касетах.

Комбінована система поєднує елементи вертикальної і горизонтальної системи і застосовується, як правило, з метою більш ефективного використання місткості встановленого в торговому залі магазину обладнання та підвищення насиченості викладки.

Викладання товарів на торгово-технологічному обладнанні торгових залів магазинів потрібно здійснювати з урахуванням антропометричних характеристик покупців, відповідно до яких оптимальною висотою огляду будь-якого об'єкта для покупця середнього зросту вважається рівень 110—160 см; менш зручними є рівні за висотою 80—110 см та 160—180 см, найменш зручними — до 80 см і понад 180 см.

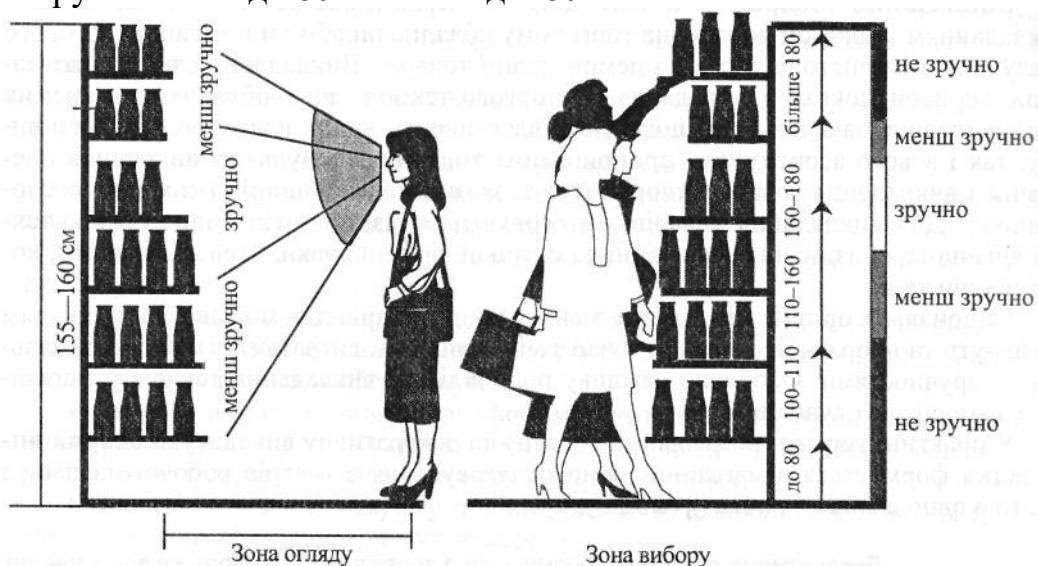


Рис. 14.4. Оптимальні зони огляду і відбору товарів у магазинах самообслуговування

У практиці торгівлі застосовують різні способи викладання товарів: рядами, стосами, штабелями, поштучно, парами, комплектами, навалом, підвішуванням та ін. Як правило, на полицях установлених у торговому залі

острівних та при-вітринних гірок товари викладаються прямими рядами, стосами, невеликими штабелями, а в навісних кошиках, касетах і в тарі-обладнанні — навалом.

Товари викладають лицевою стороною (етикетками) до покупців; при цьому для ефективного сприйняття товарів на полиці поруч має стояти 3—5 однотипних одиниць (пляшок, пачок, банок) кожного виду продукції. Усі товари, викладені на торгово-технологічному обладнанні торгового залу магазину, забезпечують цінниками з чітко вказаною ціною. У разі продажу товарів комплектами в ціннику мають бути вказані всі його компоненти, вартість кожного компонента і загальна вартість комплекту (наприклад меблевого гарнітура).

Викладання товарів повинне забезпечувати якнайефективніше використання площі елементів торгового обладнання і його місткості та створювати покупцям максимум зручностей для відбору товарів. Тому викладання товарів потрібно здійснювати на основі таких принципів:

- > викладання однорідних товарів по вертикалі для кращого їх огляду і відбору покупцями;

- > застосування для товарів робочого запасу найпростіших прийомів викладання (пряма викладка, навалом);

- > застосування декоративної викладки товарів тільки з рекламною метою;

- > насиченість викладки товарів (за рахунок максимального використання демонстраційної площі торгового обладнання і скорочення резервних запасів у складських приміщеннях);

- > недопущення переповнення товарами полиць гірок та інших елементів для викладення товарів;

- > поєднання паралельних ліній викладки товарів із різновисотною викладкою, включенням рекламних щитів;

- > викладання в оптимальній зоні огляду (в межах 1100—1600 мм від підлоги) товарів, швидка реалізація яких є пріоритетною для магазину;

- > забезпечення можливості вільного відбору кожної одиниці товару і повернення її на попереднє місце;

- > викладення супутніх товарів навалом у різних місцях торгового залу (біля вузлів розрахунку, на лініях гірок) з використанням кошиків або касет;

- > використання торцевих щитів острівних гірок для розміщення робочого запасу товарів і рекламного викладення зразків;

- > викладення окремих зразків товарів без упаковки або в прозорій упаковці для більш детального ознайомлення покупця з пропонованим товаром.

Кожна товарна група викладається певними способами і прийомами (наприклад, двоярусна викладка дитячого одягу на вішаках, «стопорна викладка», «розпочата викладка» та ін.), застосування яких залежить від методу продажу, забарвлення, малюнка та інших особливостей товару, а також конфігурації торгового залу, типу торгового обладнання, особливостей упаковки товару тощо.

У практиці організації торгівлі в сучасних великих магазинах розрізняють роботу з викладання товарів основної та спеціальної викладки.

Основною викладкою вважається експозиція товарів робочого запасу, викладених на полицях традиційного обладнання торгового залу (острівних і пристінних гірок). Основна викладка базується на дотриманні принципів оглядовості, доступності товарів, охайності вигляду товарів і обладнання, визначеності місця товару на полиці, обов'язковості маркування ціни, заповненості полиць, привабливості упаковки товарів, належного вигляду товарів «переднього ряду», постійного поповнення запасів. Ефективним способом формування основної викладки є викладення на полицях торгових меблів лотків з укладеними в них товарами (товари укладаються шар за шаром, після чого упаковка з товаром обгортається полімерною плівкою).

Спеціальною називається викладка товарів робочого запасу, яка формується на полицях торгово-технологічного обладнання в торговому залі з метою привернення уваги покупців та сприяння імпульсивним покупкам. Основними засобами привернення уваги до спеціальної викладки є колір, світлові ефекти, динамічність (рух), масовість, нестандартність (оригінальність), дегустація зразків, інформація та реклама. Ефективними видами спеціальної викладки є масові викладки (передбачають викладання найбільш популярних товарів щоденного попиту у великих кількостях), багатотоварні викладки (передбачають викладення поряд один з одним різних товарів, які пов'язані або ж не пов'язані між собою) та викладки товарів навалом (передбачають викладання товарів масового попиту одного найменування в інвентарних кошиках або візках, на базових стендах, столах, в бачках або інших місткостях).

Для ефективної організації робіт з викладання товарів у магазинах доцільно розробляти та застосовувати спеціальні технологічні карти для кожного виду торгово-технологічного обладнання, що використовується для викладання товарів. У таких технологічних картах потрібно визначати місця викладання конкретних товарів, послідовність розташування окремих різновидів товарів у групі з урахуванням їх взаємозамінності, найбільш зручні способи та прийоми викладання товарів на даному торгово-технологічному обладнанні. При цьому орієнтуються на раціональне використання демонстраційної площі кожної одиниці обладнання та максимальне заповнення простору між товаронесучими елементами (наприклад полицями гірок) різних рівнів.

Висота міжполичного простору повинна визначатися висотою розташованою на даній полиці товару. Вважається, що коли між верхнім краєм товару і наступною верхньою полицею можна засунути два пальці, то відстань між полицями потрібно змінити і на зекономленому просторі розмістити ще одну полицю.

Викладання товарів у торговому залі магазину може проводитися: а) в денний час; б) у нічний час. У більшості вітчизняних магазинів переміщення товарів у торговий зал і їх викладання, як правило, здійснюється торговим персоналом за одну годину до відкриття магазину та під час його роботи в



денний час.

У магазинах, де викладання товарів відбувається вдень, під час торгівлі особа, що виконує дану роботу, розглядається як резервна робоча сила. Цій особі завжди можна доручити виконання певної термінової роботи. Наприклад, у «часи пік», коли біля касових кабін утворились черги, такий працівник виконує обов'язки пакувальника, допомагаючи касиру. Коли черга зникає, він повертається до своїх обов'язків з викладання товарів. Така гнучкість у використанні персоналу дозволяє прискорити розрахунки, не залучаючи додаткових штатних працівників, в яких нема потреби, коли покупців мало.

Перевагами викладання товарів у години торгівлі є те, що наявність торгового персоналу в проходах між стелажми і прилавками-вітринами певною мірою запобігає крадіжкам товарів; покупці мають до кого звернутися за допомогою, щоб знайти потрібний товар або одержати необхідну консультацію і т. п. До недоліків викладання товарів у робочий час належить те, що роботи ведуться з меншою продуктивністю, у магазинах з великим обсягом реалізації під час викладання в проходах між гірками іноді утворюються «пробки» і окремі покупці сюди просто не заходять, що може призвести до невикористання потенційних можливостей реалізації товарів.

Перевагою викладання товарів у нічний час є вища продуктивність персоналу, що виконує цю роботу. Уночі товари можна вивантажувати з автомобілів, перевіряючи одночасно кількість і якість, розкривати транспортну тару і проставляти зразу ж ціну реалізації, після чого доставляти прямо в торговий зал для викладання. При цьому можна працювати без будь-яких перешкод з боку покупців і не турбуватись про те, щоб проходи були вільними.

24.Форми і методи роздрібного продажу товарів, їх суть та значення. Організація і технологія продажу товарів за різними методами.

Основним завданням роздрібних торговельних підприємств в умовах посилення конкуренції на споживчому ринку товарів і послуг за залучення і розширення контингенту клієнтів і їх грошових доходів є вдосконалення організації продажу товарів і підвищення якості обслуговування покупців.

Якість торгового обслуговування нерозривно пов'язана з наявністю в продажу широкого асортименту високоякісних товарів, професійними знаннями і навичками торгового персоналу, дотриманням ним правил торгівлі, установленням зручного для покупців режиму роботи магазинів, розвитком їх матеріально-технічної бази. На якість торговельного обслуговування сильний вплив чинять також форми і методи продажу товарів.

Форма продажу товарів — це сукупність засобів і методів продажу товарів, за допомогою яких здійснюється торговельне обслуговування населення.

Роздрібний продаж товарів може здійснюватися за допомогою магазинної, по-замагазинних і особливих форм продажу товарів (рис.).



Рис. 17.1. Форми роздрібного продажу товарів

Безпосередній відпуск товарів покупцям на підприємствах роздрібною торгівлі може здійснюватися різними методами.

Метод продажу товарів — це сукупність способів і прийомів, за допомогою яких забезпечується обслуговування покупців у процесі продажу товарів. Існує значна кількість методів продажу товарів, вибір яких визначається такими чинниками, як форма продажу товарів, фізико-хімічні властивості товарів, стан матеріально-технічної бази тощо.

### Магазинна форма продажу

Магазинна форма продажу товарів має домінуюче становище в організації торговельного обслуговування населення. У магазинах покупцям може бути наданий найширший асортимент товарів, можливості їх вибору. Застосування сучасного обладнання, правильної організації торгово-технологічного процесу, раціональної спрямованості потоків покупців, застосування гарної викладки товарів значно спрощують процес вибору товарів, підвищують культуру обслуговування. Можливість організації надання додаткових торговельних і культурно-побутових послуг створюють покупцям комфортні умови перебування на торговельних підприємствах. Однак магазинна форма продажу товарів також дещо пасивна у частині психологічного впливу на покупця з метою стимулювання його до здійснення купівлі товару, оскільки залежить від того, заїде покупець у магазин чи ні.

Безпосередній відпуск товарів покупцям у магазинах здійснюється різними методами (рис.)



Рис. 17.2. Магазинні методи продажу товарів

Найбільш поширеними методами продажу товарів у сучасних умовах є продаж через прилавок, з індивідуальним обслуговуванням,

самообслуговування, продаж за зразками, попередніми замовленнями тощо (вони детально розглядаються далі.).

### Позамагазинні форми продажу

В умовах перехідної економіки формування приватного сектору торгівлі, організація магазинного продажу товарів стримуються через потребу в значному стартовому капіталі для влаштування магазинів. Це привело до розвитку позамагазинних форм продажу товарів (рис. 17.3). Позамагазинні форми продажу товарів більше спрямовані на покупців: практично не покупець шукає потрібний йому товар, а товар максимально наближується до покупця, шукає його. Підприємства цієї форми продажу товарів характеризуються високою мобільністю, що дозволяє значно наблизити їх до покупців і скоротити затрати часу на придбання товарів. Однак відсутність у них торговельного залу не дозволяє запропонувати покупцям широкого асортименту товарів, тобто торгівля здійснюється товарами простого, найбільш частого попиту. Ці підприємства, як правило, не можуть також запропонувати покупцям додаткових послуг, що значно знижує рівень торговельного обслуговування.

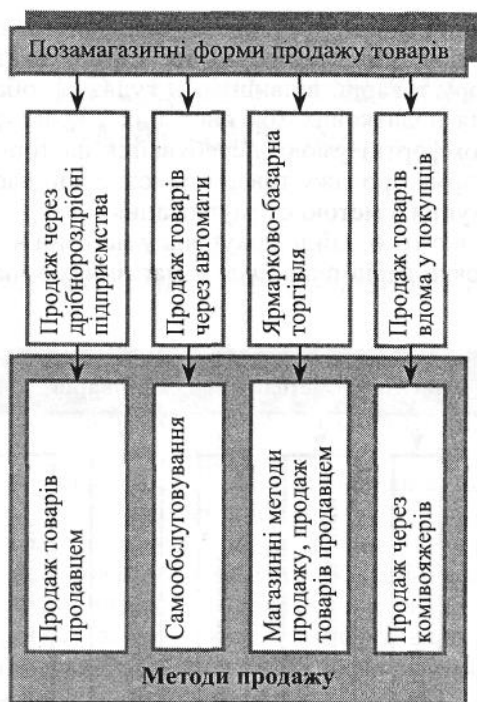


Рис. 17.3. Форми і методи позамагазинного продажу товарів

У більшості підприємств даної форми продажу товарів при обслуговуванні покупців використовуються магазинні методи продажу. Однак відсутність торговельного залу в більшості дрібнороздрібних підприємств спонукає до використанні безпосереднього відпуску товарів продавцями. При реалізації ж товарів вдома у покупців продавці виконують роль комівояжерів.

### Особливі форми продажу

Особливі форми продажу товарів представлені як традиційними, так і відносно новими формами продажу товарів (рис. 17.4). Їх наявність зумовлюється різними причинами: особливостями формування товарних ресурсів (комісійний продаж, продаж на аукціонах), специфікою організації торгово-технологічного процесу (продаж на аукціонах, електронна торгівля) тощо.

Розвиток ринкових відносин сприяв відродженню втраченої за планової економіки аукціонної форми продажу товарів. Дана форма продажу товарів дуже поширена за кордоном. Всесвітньо відомим є аукціон Крісті в Лондоні та ін.

Впровадження протягом останніх десятиліть у практику торгівлі новітніх досягнень НТП привело до значного поширення відносно нової особливої форми організації продажу товарів і послуг — електронної торгівлі з відповідною їй матеріальною базою — електронними магазинами й електронними торговельними центрами.

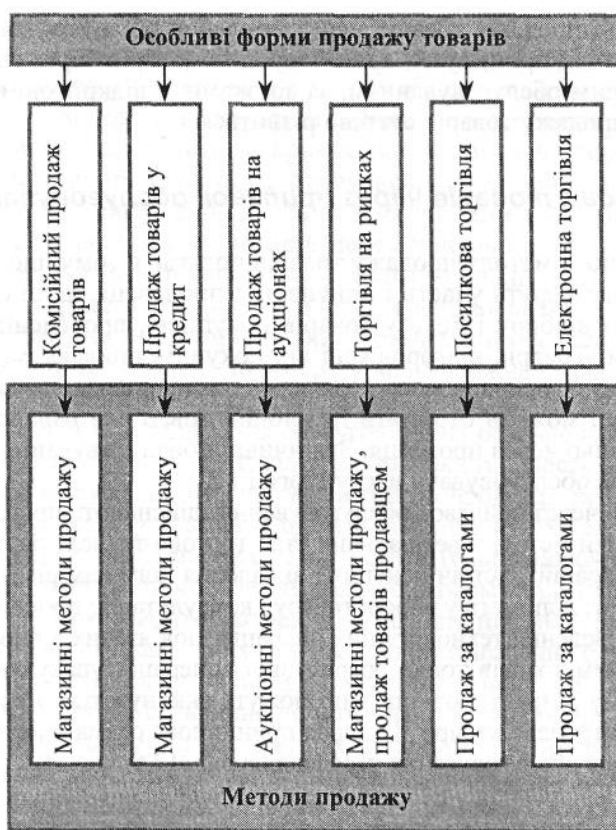


Рис. 17.4. Особливі форми продажу товарів

Електронна торгівля — це форма роздрібної реалізації товарів і послуг кінцевим споживачам з електронних магазинів згідно з отриманими від них замовленнями через локальні і глобальні комп'ютерні мережі відповідно до попередньо розповсюджених у цих мережах комерційних публікацій (каталогів, прайс-листків, специфікацій тощо). Отже, поряд із реальними суб'єктами — продавцями і покупцями, які оперують через матеріальні засоби комунікації — комп'ютерні пристрої, для електронної торгівлі притаманним є також елемент віртуальності, адже сам процес комунікації, встановлення комерційних взаємозв'язків між контрагентами відбувається не

особисто, а за допомогою обміну електронними повідомленнями.

Застосування тих чи інших форм і методів продажу товарів визначається багатьма чинниками: ринковою стратегією і тактикою підприємств, наявною матеріально-технічною базою, особливостями товарів та ступенем їх підготовки до продажу тощо. Спільною ознакою всіх магазинних методів продажу товарів є виконання операцій безпосереднього обслуговування покупців у торговому залі магазину, в якому створюються найкращі умови для організації торговельного обслуговування населення. Разом з тим при застосуванні різних методів продажу (основними з яких є традиційний метод продажу товарів через прилавок обслуговування і група т. тям прогресивних методів продажу товарів — продаж товарів через самообслуговування, з індивідуальним обслуговуванням, за зразками, з відкритою викладкою тощо) зміст операцій з продажу товарів суттєво різниться.

### **Продаж товарів через прилавок обслуговування**

Суть традиційного методу продажу товарів полягає в тому, що в процесі вибору товарів обов'язково беруть участь і покупець, і продавець, який особисто викотів основні операції з відбору і показу товарів покупцеві, проведення розрахунків таї вручення покупки. Товари, відгороджені від покупців прилавком, розташовуються в такий спосіб, що їх основна маса недоступна покупцеві, а інколи — і невидима для нього. Покупці можуть отримати потрібний товар для ознайомлення і вибору тільки безпосередньо через продавця. Закінчивши обслуговування одного покупця, продавець починає обслуговувати наступного і т.д.

Продаж товарів через прилавок обслуговування здійснюють продавці. У магазинах, які застосовують цей метод, завершальний етап торгово-технологічного процесу складається з таких операцій: зустріч покупця і виявлення його намірів (попиту); пропонування і показ товару; допомога у виборі товару і консультація; пропонування супутніх і нових товарів; проведення технологічних операцій, пов'язаних з відмірюванням, нарізанням, зважуванням товарів тощо; розрахункові операції; упакування і видавана» покупок. При цьому розрахункові операції можуть виконуватись на робочому місці як продавця, так і контролера-касира. Загальна принципова схема операцій з продажу товарів через прилавок обслуговування наведена на рис. 17.5.

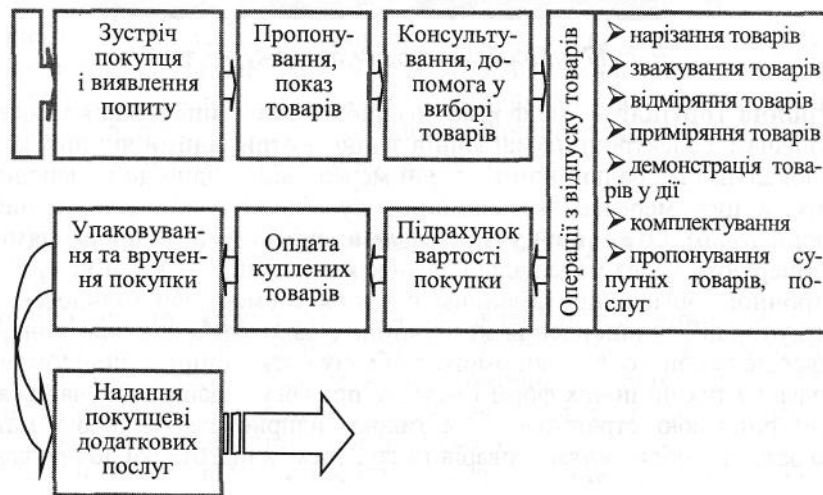


Рис. 17.5. Принципова схема процесу продажу товарів через прилавок обслуговування

При продажу технічно складних товарів з гарантійним терміном служби крім перелічених операцій, продавець зобов'язаний зробити відмітку в паспорті на виріб, яка підтверджує дату реалізації і право покупця на гарантійне обслуговування, виписати товарний чек і вручити його покупцеві.

Незважаючи на те що при організації продажу товарів через прилавок обслуговування населення затрачує значний час на придбання товарів, обмежується самостійність покупців у виборі товарів, традиційний метод продажу товарів все-таки досить широко розповсюджений у підприємствах вітчизняної торгівлі. Застосування традиційного методу продажу товарів у сучасній торговельній практиці обумовлене як об'єктивними, так і суб'єктивними чинниками. Основним об'єктивним чинником використання продажу товарів через прилавок обслуговування є існування низки товарів, які недоцільно реалізовувати з наданням покупцям необмеженого доступу до товарної викладки, — дорогі ювелірні вироби, годинники, фотоапарати та інші специфічні з точки зору організації обслуговування покупців товари; серед суб'єктивних чинників у першу чергу можна назвати намагання продавців та адміністрації магазинів запобігти масовим крадіжкам товарів покупцями.

При продажу товарів через прилавок обслуговування основне навантаження припадає на продавця, від кваліфікації якого залежить швидкість і якість обслуговування покупців. Тому важливо правильно організувати працю продавця та його робоче місце. Так, перед початком продажу товарів продавець повинен підготувати необхідний торговельний інвентар, пакувальні матеріали, розмістити їх на робочому місці, перевірити справність торгово-технологічного обладнання в торговому залі (вимірювального, холодильного, контрольно-касового обладнання), наявність цінників на товарах, інформаційних вказівників та інших довідкових засобів, а також санітарний стан робочого місця.

Безпосередньо під час обслуговування покупців обов'язком торгового персоналу є ввічливе, доброзичливе ставлення до кожного покупця, який прийшов у торговий зал магазину; при цьому під час зустрічі на покупця

позитивно впливає акуратний зовнішній вигляд продавця, чистота і порядок у торговому залі.

У процесі виявлення намірів покупця продавець повинен з'ясувати наміри покупця стосовно фасону, моделі, ціни та інших ознак товару, а сама операція виявлення намірів покупця повинна виконуватися продавцем ненав'язливе й у ввічливій формі.

Одним з найважливіших елементів обслуговування покупців у магазині є операція показу товарів, яка виконується після виявлення намірів покупця. Правильна організація показу товарів може бути забезпечена лише на основі добре продуманої схеми розміщення товарів, застосування сучасних способів їх викладання. При показі товарів продавець повинен запропонувати кілька різновидів відповідних виробів, звернути увагу покупця на особливості окремих товарів, запропонувати інші однорідні товари в тому разі, якщо потрібний покупцеві товар у даний час відсутній у продажу. У процесі ознайомлення покупця з товарами продавець може (і зобов'язаний) надати покупцеві кваліфіковану консультацію з питань призначення товарів, відмінностей між однорідними товарами різних марок, способів їх експлуатації та особливостей догляду, відповідності пропонованих товарів сучасним тенденціям розвитку моди, розкрити товарознавчі, естетичні властивості товару, якість виробів тощо. Одночасно з цим продавець повинен звернути увагу покупця на наявність нових товарів даного призначення, порекомендувати супутні товари.

При наданні консультації важливо не обмежуватися лише повідомленням інформації щодо товару, яка цікавить покупця, але й забезпечувати пропагування нових товарів та сприяти вихованню естетичних смаків покупців.

Частиною необхідної про товари інформації в магазині, який реалізовує товари за традиційним методом продажу, покупець може отримати із т. зв. німої довідки (різноманітних вказівників і довідкових таблиць), яка дозволяє певною мірою прискорити процес обслуговування окремих покупців і скоротити час очікування наступних покупців на обслуговування.

У разі вибору покупцем певного товару в обов'язки продавця входить виконання технічних операцій, пов'язаних з нарізанням, відмірванням, зважуванням товарів, які характеризуються значними затратами праці та часу на їх здійснення. Тому для якісного обслуговування покупців робоче місце продавця має бути організоване згідно з вимогами технологічних карт організації праці продавців. Технологічні карти організації праці продавців доцільно розробляти для кожного робочого місця з урахуванням специфіки асортименту реалізовуваних товарів, особливостей технічного оснащення підприємства, застосовуваних методів продажу тощо.

Важливу роль у якісному виконанні технічних операцій з відмірання, нарізання, зважування товарів відіграє також знання продавцем правил продажу окремих товарів та оволодіння найбільш раціональними способами виконання окремих технічних операцій.

Продаж товарів за традиційним методом завершується розрахунками за

товари і врученням покупки покупцеві. При цьому залежно від прийнятої в магазині схеми! організації торгово-технологічного процесу розрахунки за товари можуть проводитись як безпосередньо на робочому місці продавця, так і на робочому місці контролера-касира у вузлі розрахунку. Тому продавець зобов'язаний вказати покупцеві не тільки суму оплати за товар, але й те, в якій касі потрібно оплатити вартість товару і де можна його отримати. Після оплати вартості товару продавець зобов'язаний упакувати товар і ввічливо вручити покупку покупцеві.

Процес обслуговування покупців у магазині за традиційним методом продажу товарів може завершуватися також наданням покупцям додаткових послуг, тому продавець І повинен з'ясувати у покупця, яких саме послуг із пропонованого переліку той потребує.

Узагальнені вимоги до організації продажу товарів за традиційним методом продажу товарів у магазинах відображені в табл. 17.1.

Таблиця 17.1

**ЕЛЕМЕНТИ ПРОЦЕСУ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ  
І ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ ЗА ТРАДИЦІЙНИМ МЕТОДОМ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ  
ЧЕРЕЗ ПРИЛАВОК ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Складові елементи продажу	Характеристика умов виконання елементів продажу
Зустріч покупців; виявлення попиту	Приваблива вітрина; естетично оформлений інтер'єр торгового залу; раціональні викладка та розміщення товарів; уважне, ввічливе ставлення торгового персоналу до покупців
Пропонування і показ товарів; допомога у виборі та консультування	Чітка, достовірна характеристика товару; поступовий, продуманий показ; приміряння, допомога, порада; консультування щодо моди, властивостей, якості, способів застосування, догляду
Пропонування супутніх товарів і новинок	Додаткове пропонування товарів, які характеризуються спорідненістю споживання стосовно основної покупки; пропонування товарів до свят; пропонування товарів для подорожі; пропонування товарів-новинок
Відміряння, нарізання, зважування	Повна міра, точна маса, можливість перевірки, нарізання за бажанням покупця
Підрахунок вартості покупки	Швидкість, точність
Розрахунок з покупцем	Називання вголос суми, яку необхідно сплатити за товар, підрахунок отриманих грошей, видавання здачі, чека
Упаковування і вручення покупки	Упаковування в присутності покупця у фірмову упаковку (пакет з полімерних матеріалів), обв'язування шпагатом, пропонування сформувати загальний пакет з кількох покупок

При організації продажу товарів за традиційним методом для недопущення скупчення покупців та виникнення незручностей у самотійному огляді ними товарів, виставлених у вітринах та на іншому демонстраційному обладнанні, важливо правильно обирати схеми (варіанти) планування торгових залів. Найбільш розповсюдженою з них є лінійне розташування робочих місць продавців, яке може мати різні варіанти: так, при глибині торгового залу 6—7 метрів шафи і прилавки доцільно розташовувати в одну лінію, впритул до стінки, яка відокремлює торговий зал від підсобних приміщень; якщо глибина торгового залу перевищує 8 метрів, робочі місця продавців можуть розташовуватися вздовж двох або трьох стін. Лінійна схема планування забезпечує: наближення робочих місць продавців до приміщення для зберігання товарів, що скорочує витрати праці на переміщення товарів у торговий зал; можливість поповнення товарних



запасів під час роботи магазину, не створюючи незручностей для покупців; можливість маневрувати окремими продавцями.

Вибір варіанта лінійного планування робочих місць залежить не тільки від розміру і форм торгового залу — необхідно також дотримуватися вимоги, згідно з якою площа, зайнята робочими місцями продавців, не повинна перевищувати 40 % площі торгового залу. Касові кабінки необхідно розташовувати на фасадній лінії торгового залу, а не по лінії обладнання робочих місць продавців, що незручно як для касирів, так і для продавців. Оптимальною вважається глибина і ширина касових кабін — 1,5 м.

Прискоренню обслуговування покупців у магазинах, які реалізують товари через прилавок, може сприяти винесення операцій розрахунків за товари за межі торгового відділу — у вузли розрахунку. Разом з тим такі рішення повинні бути достатньо обґрунтованими й орієнтованими на скорочення часу очікування покупців на обслуговування.

Кількісна оцінка рівня обслуговування покупців при традиційному методі продажу товарів може даватися на основі різних показників, зокрема, показника середнього обсягу витрат часу покупців на очікування обслуговування.

Середній обсяг витрат часу покупців на очікування обслуговування визначається, як правило, на основі хронометражних замірів у період найбільш інтенсивного потоку покупців у магазині. Хронометраж витрат часу доцільно вести відокремлено за такими елементами: 1) очікування обслуговування (консультації) продавцем; 2) очікування розрахунку. При цьому загальна кількість проведених замірів не повинна бути меншою за 20 замірів.

Отримані результати обробляються проведенням розрахунку за формулою

$$Z_{\text{ч.о}} = \sum \frac{Ч_0}{n} + \sum \frac{Ч_p}{n},$$

де  $Ч_0$  — загальна сума часу очікування покупців на обслуговування (консультацію) продавцем, хв;

$Ч_p$  — загальна сума часу очікування покупців на розрахунок, хв;

$n$  — кількість хронометражних замірів.

Більш точну та детальну оцінку основних параметрів процесу обслуговування покупців у магазині можна проводити на основі використання математичного апарату теорії масового обслуговування.

У цілому застосування в магазинах традиційного методу продажу товарів знижує рівень торговельного обслуговування населення, оскільки зростають витрати часу покупців на придбання товарів, обмежується їх самостійність у виборі товарів.

Разом з тим у практиці як вітчизняної, так і зарубіжної торгівлі традиційний метод продажу товарів залишається зручним методом, який доцільно застосовувати в дрібних торговельних підприємствах, які

реалізують товари продовольчого та вузькоспеціалізованого непродовольчого асортименту. Продаж через прилавок обслуговування доцільно застосовувати для таких товарів, які не можна перевести на самостійний відбір покупцями, оскільки вони вимагають особливого, обережного поводження, що досягається присутністю та участю продавця в показі товару, роз'ясненням його властивостей та особливостей, перевіркою якості товару в присутності покупця, демонстрації в дії. У цілому продаж товарів через прилавок ефективніший від самообслуговування та інших прогресивних методів за умови забезпечення магазинів широким асортиментом нефасованих товарів і низький інтенсивності потоків покупців.

Організація продажу товарів за методом самообслуговування.

Прогресивні методи продажу товарів базуються на більш раціональних способах, прийомах обслуговування покупців і вдосконалення технічних операцій, застосування яких дозволяє забезпечити більше зручностей для ознайомлення покупців з товарами, точніше виявити і забезпечити попит, скоротити час на придбання і покупки у порівнянні з продажем товарів продавцями через прилавки обслуговування.

Впровадження прогресивних методів продажу суттєво змінює торгово-технологічний процес і порядок виконання основних операцій процесу безпосереднього обслуговування покупців та потребує застосування нових, сучасних видів торгового обладнання, поліпшення технічного забезпечення магазинів і забезпечення в роздрібній торговельній мережі широкого вибору товарів і стійкого їх асортименту.

Основними принципами організації прогресивних методів продажу товарів є:

- > максимальне скорочення операцій обробки товарів у зоні обслуговування або на робочому місці продавця;

- > наближення товарів до покупців і створення найліпших умов для вільного ознайомлення з товарами та їх відбору;

- розумне поєднання в одному пункті операцій з розрахунку за продані товари і відпуску їх покупцям.

Перехід до застосування прогресивних методів продажу товарів докорінно змінює зміст процесу продажу товарів з психологічної точки зору. Поряд зі зменшенням фізичного навантаження торгового персоналу, значно зростає роль їх особистих якостей, здібностей і професійних навичок. На відміну від традиційного методу продажу товарів, при якому переважають технічні операції, пов'язані з показом, відмірянням, зважуванням товарів, при застосуванні прогресивних методів продажу на перший план виходить необхідність швидкого орієнтування, спостережливості, урівноваженості, оволодіння основами психології торгівлі.

Найбільш розповсюдженим та економічно ефективним серед прогресивних методів продажу товарів традиційно вважається самообслуговування.

Самообслуговування — це метод продажу, при якому покупці мають вільний доступ до всіх товарів, відкрито викладених у торговому залі

магазину на пристінному та острівному обладнанні, і повну можливість самостійно оглядати і вибирати товари без допомоги продавця, а оплачувати покупки у вузлі розрахунку, розташованому при виході з торгового залу магазину. Процес продажу товарів у магазині самообслуговування схематично відображено нарис. 17.6.



Рис 17.6. Схема торгово-технологічного процесу в магазині самообслуговування

Самообслуговування як метод продажу товарів базується як на принципах, які є загальними для групи прогресивних методів, так і на притаманних лише йому принципах.

Принциповою відмінністю від традиційного методу продажу товарів є те, що при застосуванні самообслуговування час і місце виконання допоміжних операцій торгово-технологічного процесу не збігаються з часом і місцем виконання операцій з продажу товарів і обслуговування покупців. Технологічні операції з підготовки товарів до продажу виконуються в спеціально призначених для цього приміщеннях, із застосуванням високопродуктивного торгово-технологічного (ваговимірювального, фасувального, пакувального, етикетувального) обладнання; ці операції здійснюються незалежно від наявності чи відсутності покупців у певному торговому відділі.

Завдяки цьому основна увага торгового персоналу зосереджується на якісному виконанні центральної операції торгово-технологічного процесу магазину — продажу товарів, а всі інші операції підпорядковуються цій меті і створюють умови для її успішного здійснення.

Основними елементами процесу продажу товарів при самообслуговуванні є: самостійний огляд і відбір товарів покупцями,

доставка відібраних товарів до вузла розрахунку і розрахунок за покупку. Обов'язковою умовою самообслуговування є надання додаткових послуг. Разом з тим самообслуговування не виключає можливості відпуску товарів, які потребують нарізання, відміряння, зважування продавцями за умови, що прилавки обслуговування розташовані в залі самообслуговування і товари відпускаються без попередньої оплати їх вартості в касі.

Основними принципами продажу товарів за методом самообслуговування

- > максимальне скорочення операцій обробки товарів у зоні обслуговування або на робочому місці продавця;
- > наближення товарів до покупців і створення їм найкращих умов для вільного ознайомлення з товарами та їх відбору;
- > об'єднання в одному пункті операцій з розрахунку за продані товари і відпуску їх покупцям;
- > розташування вузла розрахунку біля виходу з торгового залу;
- > необмежений доступ покупців у торговий зал і вільний доступ до всіх викладаних у торговому залі товарів;
- > обов'язкова наявність цінників на всіх реалізовуваних товарах;
- > можливість самостійно оглядати і відбирати товари без допомоги продавця;
- > можливість у будь-який момент отримати консультацію або допомогу з боку продавця при виборі товару;
- > використання для відбору і доставки товарів у вузол розрахунків інвентарних корзин або візків;
- > орієнтація покупця в торговому залі завдяки застосуванню рекламних засобів, інформаційних вказівників, визначеної системи розміщування торговельного обладнання;
- > чіткий розподіл в магазині вхідних і вихідних потоків покупців;
- > висока питома вага товарів, реалізовуваних у торговому залі магазину за методом самообслуговування (на рівні не нижче 70 %).

Самообслуговування найбільш доцільно застосовувати при забезпеченні магазинів фасованими товарами в широкому асортименті і високій інтенсивності потоків покупок! ців для продажу переважної більшості продовольчих товарів, а також готового одягу, взуття, трикотажних виробів, іграшок, грамплатівок, окремих парфюмерно-косметичних, канцелярських, господарських, спортивних товарів, товарів побутової хімії тощо. Практика показує, що впроваджувати цей метод можна для торгівлі переважною більшістю як продовольчих, так і непродовольчих товарів, за винятком відносно невеликої групи дорогих і великогабаритних товарів, продаж яких об'єктивно вимагає участі продавця та надання ним консультацій покупцеві в процесі вибору товару — ювелірних виробів, годинників, сувенірів, радіо- і телеапаратури, радіодеталей, сервізів і виробів з кристалю, велосипедів, мотоциклів, моторів, лодок, холодильників, газових та електричних плиток, пральних і швейних машин, побутових електроприладів, килимів і килимових виробів та деяких інших товарів. Також недоцільно продавати за

методом самообслуговування товари, які потребують відміряння, нарізання, зважування тощо.

Продаж товарів на основі самообслуговування передбачає активну участь персоналу магазину в обслуговуванні покупців, надання їм допомоги при виборі товару, консультуванні щодо місць викладки товарів, правил використання, способів догляду, порядку ремонту виробів, виконанні операцій з упакування товарів. При самообслуговуванні продавці виконують функції продавців-консультантів, що вимагає доброго знання асортименту, властивостей і особливостей товарів, способів догляду за ними, основ психології. Одночасно, продавці-консультанти звільняються від необхідності приймати від покупців оплату за товари — ця операція виконується у вузлах розрахунку контролерами-касирами.

Самообслуговування може бути повним або частковим. При повному самообслуговуванні всі товари продають за цим методом, при частковому — деякі товари продають безпосередньо продавці через прилавок обслуговування. Як правило, розрахунки за ці товари теж ведуться через вузли розрахунку.

У невеликих магазинах самообслуговування, які мають прилавок обслуговування, всі товари оплачуються через цей прилавок. Продавець прилавка обслуговування спочатку підраховує вартість товарів, відібраних покупцем в залі, а потім відпускає товари через прилавок, додаючи їх вартість до раніше підрахованої суми. При цій системі розрахунків прилавок обслуговування розташований біля виходу з торгового залу.

Впровадження самообслуговування змінює підходи до визначення схеми технологічного планування приміщень магазину і його торгового залу, улаштування вузлів розрахунку, постачання магазину товарів, механізації процесів праці, організації матеріальної відповідальності тощо.

Принципова відмінність методу самообслуговування від традиційного методу продажу товарів полягає у значно більшій свободі покупців, які вільно рухаються в торговому залі, самостійно вибирають і відбирають товари. Це дозволяє всім покупцям, які перебувають в торговому залі або відділі, одночасно оглядати і відбирати необхідні їм товари, створює сприятливу психологічну обстановку для здійснення комплексної купівлі, підвищує кількість т. зв. імпульсних покупок, а також спрощує і прискорює процеси продажу товарів.

Під час продажу за методом самообслуговування важливу роль відіграє розміщення і викладка товарів, які повинні створювати зручні умови для огляду і вибору товарів покупцями, скорочення витрат праці персоналу магазину на поповнення запасів у торговому залі.

Для забезпечення самостійного огляду і відбору покупців при продажу товарів за методом самообслуговування передбачають:

- > застосування обладнання для відкритого викладання товарів (тара-обладнання, піддони, кошики, острівні і пристінні гірки, холодильні прилавки відкритого типу);

- > лінійну систему розташування обладнання в торговому залі;

- ^ розташування товарів у торговому залі з урахуванням частоти і психології попиту, виключення зустрічних і перехресних потоків покупців;
- > використання найбільш ефективних прийомів викладання товарів і способів розміщування на обладнанні;
- > надання допомоги покупцям при огляді і виборі товарів;
- > створення умов для самостійної перевірки покупцями якості і маси товарів;
- > чітке позначення цін, наявність плакатів, анотацій про споживчі властивості товарів;
- ^ організацію внутрішньомагазинної реклами та інформації про розташування товарів у торговому залі, послуги, правила роботи магазину;
- ^ забезпечення покупців індивідуальними кошиками, візками та іншими засобами для відбору товарів і доставки їх до вузла розрахунку;
- > організацію зберігання особистих речей покупців.

Завершальний етап операцій продажу товарів за методом самообслуговування передбачає, що покупці відібрані ними товари укладають в інвентарний кошик або візок і доставляють до вузла розрахунків.

У вузлі розрахунку повинні проводитися розрахунки як за товари, відібрані покупцем у зоні самообслуговування, так і отримані ним через прилавок обслуговування.

При цьому в обмін на гроші покупець отримує касові чеки, які підтверджують факт придбання ним товарів і правильність розрахунків, а також служать підставою для обміну чи повернення товарів відповідно до норм чинного законодавства.

Розрахунок за товари є невід'ємним елементом процесу продажу, тому якість його організації та виконання істотно впливає на рівень торговельного обслуговування населення. При організації розрахунку за товари забороняється влаштовувати т. зв. подвійний контроль. Адміністрація магазину має право проводити лише вибіркову перевірку правильності оплати і контролювати роботу касира.

Практика організації торговельного обслуговування показує, що в структурі витрат часу покупців на придбання товарів до 25—30 % припадає на очікування та розрахунок за покупку. Швидкість обслуговування покупців та культура торгівлі в магазині залежать від точного дотримання правил розрахунку, вибору оптимального виду і типу ЕККА, забезпечення високого рівня професійної підготовки осіб, зайнятих у вузлах розрахунку. Робота з метою скорочення часу розрахунку з покупцями за товари може бути умовно розділена на два основні напрямки:

- 1) впровадження більш ефективних систем і технологій розрахунків за покупки
- 2) оснащення підприємств сучасними видами високопродуктивних багатофункціональних реєстраторів розрахункових операцій (ЕККА, касові термінали, вагокасові комплекси та ін.).

Як відомо, отримання грошей за товари при застосуванні традиційного

методу продажу залежно від прийнятої в магазині схеми організації торгово-технологічного процесу здійснюють або продавці окремих відділів, або касири вузлів розрахунку; при застосуванні методу самообслуговування ці операції виконують контролери-касири, робочі місця яких розташовані або у відокремлених відділах (зональні вузли розрахунку, децентралізована форма розрахунків), або в єдиному вузлі розрахунку (загальні вузли розрахунку, централізована форма розрахунків). При централізованій формі розрахунків оплата за товари, відібрані в різних відділах, секціях магазину, здійснюється в будь-якій з кас єдиного вузла розрахунків, розташованих, як правило, біля виходу з магазину або поверху. При децентралізованій формі розрахунків оплата за товари здійснюється в касах, розташованих в кінці або в середині ліній обслуговування.

З погляду організації загального торгово-технологічного процесу магазину самообслуговування найбільш ефективним вважається здійснення централізованих розрахунків, яке дозволяє:

- > звільнити продавців-консультантів від виконання функцій розрахунку з покупцями і упакування товарів, натомість більше уваги приділяти консультаціям покупців;

- > при здійсненні покупцем кількох купівель у різних відділах (секціях) магазину провести одночасний розрахунок за них;

- > рівномірно розподілити потоки покупців між робочими місцями контролерів-касирів;

- > підвищити продуктивність праці контролерів-касирів і оптимізувати їх чисельність.

Форма розрахунків має тісний зв'язок із системою розстановки обладнання в торговому залі і його технологічним плануванням. Правильне вирішення цих питань забезпечує вільний доступ покупців до товарів і надання їм необхідної консультації, найкращі умови для руху потоку покупців у торговому залі, швидкий відбір без перешкод від зустрічних та перехресних потоків, проведення розрахунків за всі товари в максимально короткий час тощо. Тому технологічне планування магазинів самообслуговування при впровадженні єдиних вузлів розрахунків необхідно здійснювати в такий спосіб, щоб забезпечити:

- > вибір найбільш доцільних видів обладнання для застосування обраного варіанта схеми розстановки торгово-технологічного обладнання в торговому залі;

- > підвищення ефективності використання торгової площі та оптимізацію значень коефіцієнтів заставленої та демонстраційної площі;

- > раціональне розміщення товарних груп у торговому залі;

- > можливість ефективного контролю за збереженням товарно-матеріальних цінностей в торговому залі.

Важливою умовою підвищення рівня торговельного обслуговування є скорочення часу розрахунків з покупцями за відібрані товари, що може бути досягнуто за рахунок раціоналізації технології проведення розрахунків з покупцями.

У практиці організації вітчизняної торгівлі найбільш часто ці операції здійснюються за однією з наведених нижче схем.

Схема 1. При застосуванні в магазині варіанта з організацією розрахунків у єдиному вузлі розрахунку покупець доставляє інвентарний кошик з відібраними товарами до касової kabіни, ставить її на касовий прилавок; у свою чергу, контролер-касир перевіряє ціну, перекладає товари у порожню корзину або лоток, реєструє на ЕККА вартість покупки, чітко називає загальну вартість покупки і суму отриманих грошей, видає касовий чек і здачу. Після остаточного розрахунку гроші ховаються касиром у грошовий ящик ЕККА.

Схема 2. У магазинах, в яких прийнята схема розрахунку за участі продавця торгового відділу і касира, покупець після оплати вартості покупки передає касовий чек продавцеві; продавець перевіряє достовірність чека, його реквізити, особливу увагу звертаючи на загальну суму покупки, після чого «гасить» чек шляхом надриву і видає оплачені та упаковані товари покупцеві. (Елементи технології розрахунку та порядок їх виконання в магазині самообслуговування відображені в табл. 17.2).

Таблиця 17.2

ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ В МАГАЗИНІ САМООБСЛУГОВУВАННЯ

Елементи технології	Умови і порядок виконання
Підготовчі операції розрахунку	Касир допомагає покупцеві встановити інвентарний кошик з товарами на полицю касової kabіни
Реєстрація товару	Лівою рукою касир виймає товари з кошика, правою реєструє їх на касовому апараті
Установлення суми покупки	Сума покупки встановлюється ЕККА автоматично на основі реєстрації кодів і кількості товарів та автоматичного виклику ціни товару з пам'яті ЕККА
Оголошення суми покупки	Сума покупки висвітлюється в індикаторах покупця і касира; касир зобов'язаний чітко назвати її
Отримання грошей	Касир чітко називає суму отриманих грошей, реєструє її в ЕККА, кладе гроші на виду в покупця; якщо гроші не приготовлені завчасно, касир може використати час на упаковання покупки
Друк чека	Друк чека здійснюється на ЕККА автоматично після натискання клавіші «Оплата»
Видавання чека і здачі	Сума здачі визначається ЕККА автоматично і висвічується на індикаторі касира; касир голосно називає суму здачі і видає її покупцеві разом з касовим чеком (при цьому паперові банкноти і розмінні монети видаються одночасно)
Завершальні операції розрахунку	Після закінчення розрахунку касир кладе отримані від покупця гроші в касовий ящик, допомагає упаковати товари

Обидві схеми практично не враховують сучасних вимог і рівня розвитку торгових технологій та відповідної техніки. Сучасний рівень розвитку практики торговельного обслуговування передбачає необхідність застосування в магазинах технологій штрихового кодування товарів. Наявність штрихового коду на всіх товарах (Щ вимоги відповідних нормативних документів передбачають обов'язковість маркування всіх товарів в Україні штриховим кодом EAN) суттєво спрощує облік товарів у магазині (особливо великому, з великими обсягами реалізації та широкою номенклатурою товарних позицій) і створює умови для здійснення розрахункових операцій з використанням елементів електронного



обладнання — електронних контрольно-касових апаратів, касових терміналів, сканерів тощо.

Центральне місце в складі автоматизованої системи управління торговим підприємством у разі застосування такої технології має касовий термінал, який об'єднує в єдиному корпусі комп'ютер, клавіатуру, принтер чекової та контрольної стрічки, зчитувач магнітних карт, дисплей покупця і касовий ящик. В єдину систему з касовим терміналом об'єднуються також скануючі пристрої (ручні, стаціонарні ні), електронні ваги типу «маса—ціна—вартість», що дозволяє передавати на комп'ютер інформацію штрихових кодів та відомості операцій зважування товарів. У результаті створюється єдина система обліку надходження і переміщення товарів у магазині та обліку розрахункових операцій.

Така система дозволяє постійно мати в оперативному режимі (on line) повну інформацію про обсяги і структуру товарних запасів у розрізі асортиментних позицій, здійснювати гнучку цінову політику з урахуванням інтенсивності реалізації товарів, термінів їх реалізації та тенденцій розвитку попиту, організувати силами роздрібного торговельного підприємства фасування товарів, які надходять у магазин у транспортній тарі, та їх маркування штриховим кодом, вести облік за вартістю та кількістю товарів, реалізовуваних у торговому залі, скоротити тривалість виконання розрахункових операцій за рахунок використання сканерних пристроїв і зменшення при цьому втрат часу, пов'язаних з неправильним введенням даних при ручному способі, вести розрахунки з покупцями з використанням магазинних карток і застосовувати системи знижок з ціни для різних категорій покупців тощо.

Для організації розрахунків з використанням магазинних карток у вузлі розрахунку може застосовуватися звичайний ЕККА, дооснащений пристроєм для зчитування даних з картки і клавіатурою введення персонального ідентифікаційного номера (ПІН-код) клієнта, або спеціалізований касовий термінал, або ж звичайний персональний комп'ютер у поєднанні з принтером і пінпадом для введення ПІН-коду.

Після введення магазинної картки в пінпад клієнт набирає свій ПІН-код, і після того, як карта відкриється, касир через клавіатуру касового терміналу вводить інформацію про кількість та вартість придбаних товарів. Термінал підраховує загальну вартість покупки, списує відповідну суму з рахунка клієнта, оновлює інформацію про залишок грошей на картці, запам'ятовує операцію в реєстрі і роздруковує чеки.

Крім прискорення і спрощення розрахунків за товари, перевагами магазинних карток є також те, що існує можливість отримувати цінну інформацію маркетингового характеру. Водночас впровадження таких технологій у кожному магазині неможливе через значну вартість комплексу технічних засобів та доцільність їх експлуатації лише в магазинах з великими обсягами реалізації товарів.

У зв'язку з цим основним напрямком удосконалення організації розрахунків за товари в магазинах повинно бути підвищення обґрунтованості

прийняття технологічних рішень, зокрема, щодо визначення необхідної кількості вузлів розрахунку в торговому залі магазину.

Усталена у вітчизняній торгівлі практика вирішення цієї проблеми базується на проведенні техніко-економічних розрахунків за формулою:

$$K_k = \frac{P_{т.з} \times Ч_{р.с}}{P_{с.т.з.п} \times K_{в.р.ч} \times 3600},$$

де  $P_{т.з}$  — площа торгового залу, кв.м;

$Ч_{р.с}$  — середній час розрахунку з одним покупцем, сек;

$P_{с.т.з.п}$  — середня площа торгового залу, яка припадає на одного покупця (при розрахунках приймається рівною 2,5 м<sup>2</sup>);

$K_{в.р.ч}$  — коефіцієнт використання робочого часу контролера-касира (при розрахунках береться рівним 0,9);

3600 — кількість секунд в 1 годині.

Проте отримані таким способом результати є дуже наближеними і потребують уточнення.

У магазинах самообслуговування, які реалізують переважно продовольчі товари, прискорення розрахунків може забезпечуватися також за рахунок організації т. зв. експрес-кас, призначених для обслуговування покупців, покупка яких складається з 1—2 предметів.

Незважаючи на високі потенціальні можливості самообслуговування, його використання в роздрібній торгівлі було практично згорнуто через недоліки в організації продажу товарів, які мали місце при застосуванні даного методу:

> вузькість асортименту товарів і недостатні обсяги промислового фасування товарів;

>• неповне використання площі торгового залу для встановлення обладнання; >• нерациональне планування торгового залу;

> недостатня кількість кабін контролерів-касірів і наявність черг у вузлах розрахунку;

> безсистемне розміщення товарів у торговому залі;

> завищення чисельності й неефективне використання праці персоналу;

> «подвійний» контроль;

> переважна частка продажу через прилавок обслуговування деяких товарів (в основному м'ясних, рибних, гастрономічних) у торгових залах самообслуговування.

Цілий ряд магазинів відмовився від застосування самообслуговування, тому що в них не було належних умов для його застосування: недостатня, вкрай низька кількість попередньо підготовлених до реалізації товарів (зокрема розфасованих), недостатній рівень забезпечення цих магазинів обладнанням, застосовуваним в умовах самообслуговування, невідповідність персоналу колективів цих магазинів та ін. Однією з визначальних причин, які викликали згорання самообслуговування, є зростання втрат товарів, пов'язаних з забудькуватістю покупців, крадіжками товарів ними та службовим персоналом магазинів і постачальників.

При роботі магазинів самообслуговування широко використовується продаж товарів у складі споживчих комплексів (наприклад товари для жінок, товари для дітей, товари для спорту, товари для саду та городу та ін.), тобто організовується продаж товарів для певного контингенту покупців або для задоволення певного комплексу потреб.

Певну специфіку в здійсненні процесів продажу в магазинах самообслуговування вносить використання тари-обладнання для продажу з неї товарів безпосередньо в торговому залі. Використання тари-обладнання рекомендується переважно для фасованих продовольчих товарів відносно нескладного асортименту, які давав відомі покупцям, тому продавці в торговому залі, як правило, меншою мірою виконують функції консультування покупців, а більше уваги звертають на збереження товарів та вчасне оновлення робочих запасів товарів. Упровадження тари-обладнання дозволяє створювати гнучкі планувальні рішення, збільшувати торгові площі магазину за рахунок скорочення приміщень для зберігання і підготовки товарів до продажу, підвищувати товарну насиченість торгових площ, пропусків спроможність магазину і сприяти ліквідації черг.

Практика організації самообслуговування виробила такі рекомендації превентивного характеру:

- > Розміщувати запаси товарів на одному рівні з торговим залом.
  - ^ Ізолювати приміщення для приймання товарів від комор, камер, кладовок.
  - > Не провозити запаси товарів через службовий вхід.
  - > Мати планування торгового залу у формі прямокутника.
  - > Розташовувати обладнання для викладання товарів на одній осі з касами.
  - > Розташовувати найбільш зручні для крадіжок товари в зоні ефективного спостереження.
  - > Розташовувати поряд з входом-виходом заклеєну кабінку адміністратора, при цьому вона повинна бути на кілька сходів вище від рівня підлоги.
  - > Застосовувати прозору упаковку товарів і достатньо жорсткі етикетки, які не відклеюються.
  - > Перекривати перегородки і стійки обладнання дзеркалами, особливо випуклими.
  - > Використовувати настінні дзеркала спеціального призначення, котрі в торговому залі представляють собою звичайне дзеркало, а зі сторони неторгових і приміщень є прозорим склом, через яке добре проглядається торговий зал
  - > Встановлювати при вході в магазин турнікет, який діє тільки в одному напрямі.
  - > Використовувати промислове телебачення та інші засоби контролю за оглядом і відбором товарів.
  - > Застосовувати тактовні форми виховного впливу на покупців.
- Соціальний та економічний ефект самообслуговування полягає в тому,

що застосування цього методу продажу дозволяє суттєво скоротити витрати часу населення на придбання товарів (за рахунок скорочення часу на очікування обслуговування в черзі); поряд з тим самообслуговування не тільки дозволяє збільшити вільний час населення, але й створює умови для підвищення пропускної спроможності магазинів, нарощування обсягів продажу товарів, покращання використання торгових площ і торгово-технологічного обладнання магазину, раціоналізації використання торгового персоналу.

#### Інші методи продажу товарів у магазинах

Поряд з продажем товарів за методом самообслуговування, у підприємствах роздрібної торгівлі найбільш розповсюдженим є продаж товарів за зразками, з відкритою викладкою, з індивідуальним обслуговуванням.

При продажу товарів за зразками попередній вибір товару покупець здійснює на основі ознайомлення з натуральними зразками окремих виробів, виставленими в торговому залі. При цьому методі продажу в торговому залі магазину демонструються в зібраному вигляді лише зразки наявних у продажу товарів, які виконують функцію демонстраційного запасу, а робочі запаси їх розміщуються в інших приміщеннях магазину чи навіть поза його межами.

Вибір товарів здійснюється покупцем самостійно або за допомогою продавця-консультанта, робоче місце якого розташовується на виставковій площі торгового залу і який надає консультації щодо властивостей товару, способів його експлуатації, демонструє виріб у дії. Після оплати товару продавець вручає покупцеві товари, які відповідають вибраному зразку, або ж їх доставляють безпосередньо додому покупцеві.

Продавець-консультант, який здійснює продаж товарів за зразками, може запропонувати покупцеві послуги з підключення, налагодження і запуску в експлуатацію технічно складних товарів, якщо згідно з технічними вимогами це не може бути зроблено без участі відповідних спеціалістів.

Метод продажу товарів за зразками зручний тим, що на порівняно невеликій площі торгового залу можна виставити зразки достатньо широкого асортименту товарів. Цей метод доцільно застосовувати при продажу технічно складних і великогабаритних товарів, котрі вимагають під час огляду та вибору консультації кваліфікованого спеціаліста, а також його допомоги. За зразками рекомендується здійснювати також реалізацію товарів, котрі відрізняються високою чутливістю до механічних впливів і можуть бути швидко пошкоджені або деформовані внаслідок частого і невмілого поводження з ними покупців.

За даним методом рекомендується здійснювати продаж таких непродовольчих товарів, як побутові холодильники, пральні машини, освітлювальні, опалювальні та нагрівальні прилади, швейні машини, шпалери, тканини, телевізори, радіоприймачі, музичні інструменти, мотоцикли, моторолери, велосипеди, спортивні палатки, меблі, санітарно-

технічне обладнання тощо. При цьому підприємство роздрібною торгівлі може організувати продаж цих та інших товарів за двома основними варіантами його організації: 1) з відпуском товарів у торговому залі; 2) з доставкою відібраних товарів додому покупцеві безпосередньо зі складів роздрібного чи оптового підприємства або складів підприємства-виробника даних товарів.

Торгово-технологічний процес продажу товарів за зразками включає три основні елементи:

> самостійний або за допомогою продавця огляд зразків товарів, наявних у продажу;

> оформлення і розрахунок за товари та послуги; ^ надання послуг покупцям.

Обов'язковими умовами організації продажу товарів за зразками є:

- показ у торговому (демонстраційному) залі на спеціальному обладнанні зразків виробів усіх наявних артикулів, марок та різновидів, які пропонуються до продажу, а також перспективних моделей;

- оснащення кожного зразка цінником та анотацією з вказанням технічних параметрів та інших характеристик споживчих властивостей товарів;

- демонстрування в дії зразків технічно складних товарів;

- надання покупцям альбомів, проспектів, каталогів, листівок та інших рекламних матеріалів, які характеризують наявні в продажу товари за видами оформлення;

- організація внутрішньомагазинної інформації про асортимент реалізовуваних товарів, їх виробників, послуги, які можуть надаватися покупцям, правила роботи магазину;

- надання консультацій продавців і спеціалістів з питань будови, експлуатації, а також перспектив розвитку виробництва тих або інших реалізовуваних товарів;

- доставка товарів додому покупцям і встановлення технічно складних товарів вдома у покупців.

В торговому (демонстраційному) залі зразки товарів можуть виставлятися у вітринах, на прилавках, на універсальних пристінних та острівних гірках, стендах, подіумах, спеціальних пультах, пересувних столах з обертовою площадкою, візках та іншому обладнанні, будова і розміщення якого дозволяє покупцям ознайомитись із пропонованим асортиментом товарів. При організації продажу товарів за зразками особливу увагу потрібно звернути на те, щоб усі викладані в торговому залі зразки і товарів були оснащені чітко оформленими цінниками та анотаціями (ярликами), в котрих вказується найменування товару, артикул, сорт, найменування виробника, ціна, коротка технічна характеристика (для технічно складних товарів), номер зразка (для тканин) тощо.

Зразки товарів, які потребують ознайомлення покупців з їх будовою та дією (люстри, бра, скляні вироби для електроосвітлювальної арматури та ін.), повинні демонструватися способом відкритої викладки в шафах або на

пультах тільки в присутності продавця-консультанта. Продаж за зразками таких товарів, як годинники, радіоприймачі, магнітофони, телевізори, фото-, кіноапаратура, порохотяги, кухонні комбайни та інші технічно складні товари, повинен здійснюватися з обов'язковою демонстрацією зразків у дії. Зона продажу телерадіотоварів повинна бути забезпечена розетками для включення в електро- і радіомережу, антенними вводами для демонстрації радіоприймачів, телевізорів та інших телерадіотоварів у дії.

Після вибору товарів проводиться оформлення та оплата покупки. При продажу товарів, згідно з вимогами Правил торгівлі непродовольчими товарами суб'єкт господарювання зобов'язаний зробити в гарантійному талоні технічного паспорта на йиріб, або в документі, що його замінює, відмітку про дату і місце продажу товару за підписом матеріально відповідальної особи, завірену штампом (печаткою), а також надати інформацію про підприємства (майстерні), що здійснюють гарантійний ремонт. На вибрані покупцем товари продавець (продавець-консультант) виписує товарний чек з зазначенням у ньому номера або назви торговельного підприємства, назви товару, його артикулу, переліку окремих виробів, які входять до складу набору (гарнітура), загальної кількості товарів у наборі (гарнітурі), забарвлення і малюнка оздоблювальних, облицювальних матеріалів, фурнітури тощо, ціни, дати продажу і прізвища продавця. (Згідно з Правилами торгівлі непродовольчими товарами товарний чек виписується на технічно складні товари та деякі інші непродовольчі товари — тканини, одяг, трикотаж, взуття, килими, меблі, будівельні матеріали тощо.)

Розрахунки з покупцями здійснюються через ЕККА; разом з товаром покупцю в обов'язковому порядку видаються касовий і товарний чеки.

Оплачені великогабаритні товари, крім оформлених для перевезення додому, можуть зберігатися за охоронною розпискою протягом доби. До товару прикріплюється ярлик із зазначенням дати продажу, номера товарного чека та таблички з написом «Продано». При цьому магазин несе відповідальність за зберігання та якість товару.

Під час вручення покупки при продажу електро побутових товарів, телерадіотоварів, великогабаритних товарів для фізичної культури, спорту, туризму продавець зобов'язаний в присутності покупця перевірити їх якість, комплектність, наявність технічного паспорта, гарантійного талона (за потреби), інструкції по експлуатації, перевірити виріб у дії.

Процес продажу за зразками завершується упаковуванням реалізованих товарів і наданням покупцеві додаткових послуг, в тому числі з доставки, збирання та встановлення виробів у покупця. Підприємство роздрібно торгівлі, яке реалізовує товари за зразками, надає додаткові послуги, перелік і вартість яких визначається ним самостійно на підставі калькуляції. Після оплати вартості товарів покупцю видається товарний чек і документи про надання послуг, на яких ставиться штамп «Оплачено».

Продаж великогабаритних, технічно складних товарів, меблів, лісоматеріалів та будівельних матеріалів за зразками доцільно поєднувати із доставкою їх покупцям додому зі складів магазину, гуртових баз або

промислових підприємств-виробників, що дозволяє скоротити потребу в складських приміщеннях і зменшити загальні транспортні витрати.

Підприємство, яке реалізувало за зразками меблі або технічно складні товари, зобов'язане забезпечити безкоштовне встановлення, підключення і пуск технічно складних товарів, якщо нормативною документацією та правилами користування ними не допускається підключення і пуск їх безпосередньо споживачем, а також складання меблів вдома в покупця в обумовлений з ним термін, але не пізніше п'ятиденного терміну з дня продажу.

При оформленні покупки з доставкою товарів додому та наданням платних додаткових послуг на вибраний покупцем товар виписується товарний чек, на послуги з доставки — замовлення-квитанція, а на послуги зі збирання або встановлення товару в покупця — бланк-замовлення. Оплата вартості товару та послуг проводиться покупцем через касу магазину.

Працівникам підприємств роздрібної торгівлі необхідно також пам'ятати про те, що при продажу товарів за зразками за будь-яким із розглянутих варіантів за покупцями зберігаються всі їхні загальні права споживачів товарів та послуг, визначені вітчизняним законодавством, в першу чергу — Законом України «Про захист прав споживачів».

Економічні переваги продажу товарів за зразками для магазинів пов'язані з тим, що скорочується потреба у торгових або неторгових (для зберігання товарів і їх підготовки до продажу) приміщеннях магазинів, зменшуються витрати на транспорт і на вантажно-розвантажувальні роботи в роздрібній торгівлі (у випадку доставки товарів зі складів оптових баз або підприємств-виробників), зростає продуктивність праці торгового персоналу, збільшується кількість різновидів товарів, представлених у торговому залі, тощо.

Переваги для покупців пов'язані з тим, що вони можуть замовити доставку придбаних товарів за вказаною адресою й у найбільш зручний для себе час, мають право на безкоштовне складання, встановлення, підключення і пуск безпосередньо вдома у покупця тих товарів, які цього потребують, користуються всіма правами споживачів, які випливають із Закону України «Про захист прав споживачів», Правил торгівлі непродовольчими товарами, Правил торговельного обслуговування населення та інших законодавчих і нормативних документів.

При продажу товарів з відкритою викладкою покупці мають можливість самостійно ознайомлюватись і відбирати викладані на робочому місці продавця товари. Товари викладають на робочому місці продавця на прилавках, універсальних пристінних та острівних гірках, в гніздах касет прилавків, на стендах або вивішуються на кронштейнах.

Як і при самообслуговуванні, покупці, не очікуючи на обслуговування з боку продавця, мають можливість оглядати товари і відбирати необхідні їм вироби. Продавець при цьому методі продажу виконує функції консультування покупців, демонстрації товарів у дії, перевірки якості виробів, комплектування наборів товарів, зважування, упакування та

відпуску відібраних ними товарів. Самостійно відібрані товари покупець передає продавцеві, який перебуває біля місця їх викладання. Продавець надає необхідну консультацію, виконує відповідні технічні операції, підраховує вартість відібраних товарів і отримує гроші або ж доставляє товари до каси, суміщеної з контролем видавання покупки, де проводяться розрахунки за відібраний товар. При продажу товарів з відкритою викладкою розрахункові операції можуть здійснюватись у касах, установлених у торговому залі, або безпосередньо і на робочому місці продавця.

Принципова схема процесу продажу товарів з відкритою викладкою наведена на рис. 17.7.



Рис. 17.7. Технологічні операції з обслуговування покупців при продажу товарів з відкритою викладкою

Отже, продаж товарів з відкритою викладкою поєднує елементи традиційного методу продажу товарів через прилавок обслуговування і самообслуговування. При цьому в даному методі переважають операції традиційного методу продажу, у зв'язку з чим затрати часу покупців на придбання товарів є більшими, ніж при самообслуговуванні, а тому соціальна та економічна ефективність даного методу є порівняно низькою. Разом з тим, за методом продажу з відкритою викладкою в магазинах доцільно реалізовувати товари, під час вибору яких покупцем потрібна участь продавця у зв'язку з необхідністю перевірки технічно складних товарів у дії або нарізання чи відміряння мірних товарів, або ж консультації щодо споживчих властивостей та правил експлуатації товарів.

Застосування цього методу в магазинах, в яких через об'єктивні умови нема можливості застосовувати метод самообслуговування, дозволяє прискорити операції продажу товарів, реалізація котрих у магазинах самообслуговування здійснюється через прилавок обслуговування (тканин, взуття, електротоварів, панчішно-шкарпеткових виробів, білизняних товарів, галантерейних товарів (біжутерії, тюлегардинних виробів), сувенірів, іграшок, шкільно-письмових товарів, фарфоро-фаянсових виробів, посудогосподарських та інших непродовольчих товарів). Методом відкритої викладки доцільно реалізовувати також деякі види продовольчих товарів, зокрема м'яса, риби, фруктів, які розташовуються на прилавку перед продавцем або на пристінному обладнанні.

Реалізація товарів за методом відкритої викладки є перехідним до самообслуговування методом і відрізняється від нього участю продавця у виконанні лише окремих операцій продажу (відміряння, розрахунок).



Водночас принципова відмінність продажу товарів з відкритою викладкою у порівнянні з продажем товарів за зразками полягає в тому, що при першому методі покупець оглядає, вибирає й отримує товар, який демонструється в торговому залі, а в другому — вибравши товар за зразком у торговому залі, покупець отримує після розрахунку його аналог зі сформованого робочого запасу таких товарів (цей запас може формуватися на робочому місці продавця, у складських приміщеннях магазину чи підприємства-постачальника).

При продажу товарів за методом торгівлі з відкритою викладкою особливу увагу потрібно приділяти розміщуванню та викладанню їх на робочому місці продавця. Дрібні предмети викладають насипом у касетах відкритих наприлавкових вітрин. Більш великі товари розташовують купками на прилавку. Викладаючи товари, їх групують за видами і цінами. Викладані товари не можна накривати склом, скріплювати їх між собою. Товари повинні бути оснащені ярликами-цінниками, прикріплені до касет спеціальними зажимами.

Необхідною умовою правильної організації продажу товарів з відкритою викладкою є забезпечення вільного доступу покупців до всіх товарів, наявних у магазині. Організація продажу товарів з відкритою викладкою потребує також оснащення магазинів сучасним торговим обладнанням, правильної системи планування торгового залу й удосконалення всього технологічного процесу торгівлі в умовах кожного конкретного магазину.

Основною перевагою продажу товарів з відкритою викладкою у порівнянні з традиційним методом є те, що створюються умови для одночасного ознайомлення з відкрито викладаними зразками товарів значної кількості покупців, які не відволікають при цьому продавців на виконання функцій з показу товарів та інформування про їх асортимент. Завдяки цьому прискорюється виконання операцій безпосереднього обслуговування покупців, зростає пропускна спроможність магазину та підвищується продуктивність праці торгового персоналу.

Різновидом продажу товарів з відкритою викладкою вважається продаж товарів з вільним доступом до товарів. Його застосовують при реалізації меблів, верхнього одягу, килимів та килимових виробів, телевізорів, радіоприймачів, мотоциклів, велосипедів, інших товарів культурно-побутового призначення. При цьому до функцій продавця входить обслуговування значно більшої, ніж при продажу з відкритою викладкою, площі торгового залу магазину.

Продаж товарів з індивідуальним обслуговуванням у вітчизняній торгівлі застосовується в основному тоді, коли покупцю необхідно отримати детальну консультацію. Це стосується коштовних прикрас, оптичних приладів, хутових виробів тощо. Продаж з індивідуальним обслуговуванням доцільно застосовувати для продажу ювелірних виробів, годинників, дорогих парфюмерно-косметичних товарів (наприклад парфуми, губна помада), хутра і хутових виробів, дорогих видів посуду та виробів з кристалу, музичних

інструментів, автотранспортних засобів, а також при реалізації деяких продовольчих товарів (наприклад делікатесних гастрономічних та рибних товарів).

Продаж товарів з індивідуальним обслуговуванням є фактично проміжною, змішаною формою між традиційним методом, продажем з відкритою викладкою і самообслуговуванням. При цьому склад основних елементів процесу продажу товарів за даним методом залишається таким самим, як і при традиційному методі продажу товарів: зустріч і виявлення попиту покупців; пропонування і показ товарів, ознайомлення покупців з асортиментом товарів; пропонування супутніх товарів і товарів-новинок; відміряння, відбір потрібної кількості товарів; розрахунок з покупцем; упакування та вручення товарів покупцеві; надання додаткових послуг.

Зміст та особливості методу продажу товарів з індивідуальним обслуговуванням! найбільш виразно виявляється при організації торгівлі у магазинах-салонах та в залах-салонах, які організуються у великих універмагах або спеціалізованих магазинах і які орієнтуються на забезпечення високої культури індивідуального обслуговування покупців. У таких спеціальних залах-салонах у шафах-вітринах, на манекенах, вішаках, подіумах та стендах розміщуються наявні у продажу товари, як правило, престижного або ексклюзивного характеру. Разом з тим ознайомлення зі товарами, їх вибір, приміряння та інші основні операції продажу здійснюються тільки з участю працівника торгового залу магазину.

Прийняття рішення про купівлю товарів дуже часто сприяє те, що в самому за-лі-салоні створюється своєрідна атмосфера завдяки використанню оригінальних рішень щодо планування та дизайну; салони обладнуються сучасними меблями, за потреби — примірювальними кабінами; облаштовуються спеціальні комфортабельні місця для покупців, де вони можуть зачекати на обслуговування, ознайомитися з різноманітними каталогами, журналами мод тощо. У таких магазинах-салонах також можуть проводитися демонстрації нових моделей одягу, взуття, засобів догляду за ними. Завдяки цьому в магазині-салоні створюється система комфорту, яка доповнюється застосуванням індивідуального обслуговування кожного покупця, наданням йому різноманітних консультацій і широкого кола послуг (зокрема, тут можуть прийматися замовлення на пошиття одягу, виготовлення взуття, головних уборів, підгонку одягу за фігурою покупця в його присутності, обладнуватися кафетерії, автомобільні стоянки; за бажанням покупця придбані товари можуть бути прийняті на зберігання або доставку за вказаною адресою тощо). Усе це в комплексі створює максимум зручностей покупцям. Для оплати за товари можуть застосовуватися всі існуючі форми оплати, в тому числі чеки, банківські та магазинні картки тощо. Торгівля з індивідуальним обслуговуванням дуже широко застосовується в магазинах високої моди типу «бутік».

У деяких зарубіжних універмагах застосування даного методу доповнюється системою постійного супроводу покупця в магазині. Суть цієї системи полягає в тому, що одразу після входу покупця в магазин до нього

прикріплюється працівник торговельного підприємства, який розпитує покупця про необхідні йому товари, інформує про місця їх продажу, супроводжує покупця під час огляду експозицій товарів, надає консультації, допомагає покупцеві під час приміряння чи вибору товару, доставляє товари до вузла розрахунку, а після їх оплати — до виходу з торгового залу.

## **Розділ II. Організація і технологія торговельних процесів на підприємствах оптової торгівлі.**

### **Тема 2.1. Товарні склади оптових підприємств, їх улаштування. Оптові торговельні підприємства. Технологія складських операцій.**

#### **Програма**

33. Поняття про складське господарство. Роль і функції складів в процесі товарного обігу. Основні напрямлення розвитку складського господарства в умовах ринкових відносин.
34. Поняття технологічного процесу складу, особливості організації технологічного процесу на складах різних типів.

#### **Методичні вказівки**

33-34. Технологічний процес складських операцій, його складові частини, принципи організації. Чинники, що впливають на організацію складського технологічного процесу.

Торгово-технологічний процес складу — це складний комплекс взаємозв'язаних операцій комерційного і технологічного характеру, які здійснюються над товарами на складах оптових та/або роздрібних торговельних підприємств.

Основу торгово-технологічного процесу складу становлять комерційні операції з оптових закупівель і дальшого перепродажу товарів оптовим або роздрібним покупцям. Насамперед ці операції пов'язані зі здійсненням організаційних, економічних і юридичних функцій торговельних підприємств і виконуються працівниками комерційних служб поза межами складів. Водночас робота складів підприємств торгівлі ґрунтується на операціях технологічного процесу складу.

**Технологічний процес складу — це комплекс взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі.**

Сукупність операцій, які виконуються безпосередньо на складах, включає власне складські операції (пов'язані з обробкою товарних партій, які надходять на склад, здійсненням обліку надходження та реалізації товарів і охороною товарно-матеріальних цінностей), **завантажувально-розвантажувальні операції та експедиційні операції** (приймання та здавання вантажів на транспортних терміналах, залізничних станціях,

організація завезення і здавання товарів під час централізованого доставляння товарів — ЦЦТ); у свою чергу, власне складські операції поділяють на **основні** (приймання, зберігання, відпускання товарів) і **додаткові** (фасування, розпаковування, заморожування тощо).

Найбільш розповсюджена схема технологічного процесу переробки товарів на складах включає: — розвантаження транспорту; • приймання товарів; • розміщування товарів на зберігання; • зберігання товарів; • відбір товарів; • переміщування товарів до місця комплектування; • комплектування та упакування товарів; • помаршрутне комплектування партій товарів; • переміщування товарів у зону завантажування; • відпускання товарів і завантажування їх у транспортні засоби. Проте внаслідок існування значного різноманіття торговельних вантажів, які відрізняються між собою за особливостями агрегатного стану, тари, упаковки та ін., ці операції можуть поєднуватися в різні **варіанти організації** складського технологічного процесу (рис. 7.1). Побудову технологічного процесу конкретного складу визначають: — вид складу; \* асортимент товарів, які підлягають зберіганню, їх фізико-хімічні властивості; \* роль і місце складу в процесі товаропросування; \* розміри складу; \* вантажообіг складу і обсяги окремих партій товарів; \* обсяги запасів товарів і тривалість їх зберігання на складі; \* умови і порядок зберігання товарів; \* улаштування й технологічне планування складських будівель і приміщень; \* забезпеченість складу підйомно-транспортним та іншим технологічним обладнанням, видове і типове різноманіття наявних технічних засобів; \* наявність під'їзних шляхів тощо, їх поєднання визначає зміст, тривалість, місце, час, засоби та черговість виконання операцій з товарами на складі.



Рис. 7.1. Принципова схема технологічного процесу загальнотоварного складу

На складах оптових підприємств технологічний процес забезпечує виконання [таких основних **функцій**: • отримання товарів від постачальників та контроль їх якості; • нагромадження товарних запасів і забезпечення належних умов їх зберігання; • підсортування товарів і підготовка їх до продажу; • комплектування замовлень оптових покупців; • товаропостачання роздрібною торговельною мережею.

Виконання всіх операцій технологічного процесу на складі повинно забезпечувати здійснення комплексу основних функцій складів з мінімальними загальними «втратами». У зв'язку з цим при проектуванні складського технологічного процесу необхідно дотримувати певних принципів його організації, основними з яких є: створення широкого асортименту товарів у межах товарного профілю складу; економічність складського технологічного процесу; » раціональна організація складських

операцій; організація наскрізного товарного потоку; \* механізація та І автоматизація технологічного процесу; забезпечення повного збереження споживчих властивостей товарів і недопущення їх втрат.

Економічність складського процесу досягається способом ефективного використання площі, місткості складу, технологічного обладнання, чіткого розподілу обов'язків персоналу складу і підвищення продуктивності його роботи.

Принцип раціональної організації складських операцій базується на **планомірності, неперервності, ритмічності й пропорційності проведення складських операцій**. Планомірність складського технологічного процесу забезпечується за допомогою розробки календарних планів і графіків надходження й відпускання товарів, що створює передумови для підготовки складу до виконання операцій з розвантажування, приймання, зберігання, відпускання і відвантажування товарів.

**Неперервність** (усунення або скорочення будь-яких перерв) технологічного процесу складу досягається застосуванням організаційних заходів: змінною роботою персоналу складу, експедиції, інших підрозділів підприємства.

**Ритмічність** складського процесу виражається в повторюваності всього циклу та окремих операцій в рівні відрізки часу. Брак ритмічності часто залежить не тільки від роботи самого складу, але й від зовнішніх факторів (нерівномірність надходження товарів, запізнення транспортних засобів та ін.).

Принцип **пропорційності** означає, що всі етапи, частини, операції складського технологічного процесу, пов'язані між собою, повинні відповідати один одному за швидкістю, продуктивністю або пропускною спроможністю, що дозволяє уникати вимушених перебоїв та зупинок у роботі і планувати пропорційні витрати праці за одиницю часу на різних ділянках.

Принцип **організації наскрізного товарного потоку** базується на розгляді всієї сукупності товарів, які надходять і зберігаються на складі, у формі товарного потоку (суть та методи управління товарними та іншими матеріальними потоками детально вивчає навчальна дисципліна «Логістика»). Концепція логістики потребує дотримання принципів потоковості, паралельності і прямоточності руху товарів на складі.

**Потоковість** передбачає взаємозв'язок і підпорядкування всіх операцій повного циклу технологічного процесу складу єдиному ритму їх виконання. Виконання кожної попередньої операції виступає при цьому одночасно підготовкою до наступної. Цей принцип потребує розташування робочих місць (зон) і обладнання відповідно до послідовності операцій технологічного процесу, спрямування та швидкості пересування товарного потоку.

Принцип **паралельності** полягає в одночасному виконанні окремих складських операцій на всіх стадіях технологічного процесу складу. Паралельне в часі виконання робіт над окремими елементами товарного

потоків сприяє скороченню загальної тривалості повного циклу робіт, підвищенню ефективності праці складського персоналу на основі спеціалізації і застосування відповідного технологічного обладнання.

**Принцип прямоточності** товарного потоку полягає в плануванні руху товарів за найкоротшими маршрутами та недопущенні зустрічних перевезень.

Повне збереження властивостей товарів досягається здійсненням комплексу заходів зі створення належних умов зберігання товарів, використання найбільш ефективних способів їх укладання та розташування, дотримання умов товарного сусідства і термінів зберігання на складі, організації належного контролю за зберіганням товарно-матеріальних цінностей.

Розглядаючи технологічний процес складу як цілісний комплекс послідовно виконуваних операцій, можна умовно виокремити блоки операцій: • операції з надходження товарів на склад; • операції зі зберігання товарів на складі; • операції з відпускання товарів зі складу (рис. 7,2).



Рис. 7.2. Основні блоки (групи) операцій технологічного процесу складу

Операції з надходження та приймання товарів започатковують технологічний процес складу і великою мірою визначають варіанти його дальшої побудови.

Вибір технології розвантажування транспортних засобів і доставки товарів до місць зберігання при надходженні товарів на склад визначається видом транспортних засобів, упаковки, габаритами і масою затарених місць, застосуванням окремих видів піддонів, контейнерів, підйомно-транспортного обладнання, властивостями і самих товарів тощо.

На склади торговельних підприємств постачаються найрізноманітніші товари (торговельні вантажі), які за своїми транспортно-технологічними

характеристиками поділяються на поштучні, навальні, насипні, наливні, великовагові, довго-мірні, небезпечні, великогабаритні та ін. Основна частина вантажів у торгівлі — поштучні; вони можуть надходити на склади як у тарі, так і без неї. Поряд з цим значна частина товарів належать до т. в. спеціальних вантажів, які потребують застосування специфічних технічних засобів і технологій.

Для завезення товарів на склади торговельних підприємств використовується, як правило, залізничний та автомобільний транспорт. Товари на склади оптових баз надходять переважно у залізничних вагонах (поштучні, тарно-упаковані, навальні вантажі), напіввагонах, вагонах-платформах (довгомірні, великогабаритні вантажі), цистернах (наливні вантажі), які під'їзними коліями подаються до місця розвантажування (рампи складу). У разі відсутності під'їзних шляхів вагони розвантажуються на залізничній станції, звідки товари завозяться на склади автотранспортом.

При перевезеннях товарів в універсальних (масою брутто 5 тонн) або великотоннажних (масою брутто 10, 20, 30 тонн) контейнерах залізницею вони можуть надходити або безпосередньо на склад, або ж на контейнерний майданчик станції залізниці, звідки їх перевозять автомобілями.

Від постачальників, які розташовані на відстані до 100 км від бази, товари, як правило, завозять автомобілями. У сучасних умовах поширюється практика використання автотранспорту і при більших відстанях перевезення товарів.

Раціональна організація технологічних операцій з надходження і приймання товарів залежить від чіткості та вчасності подачі інформації про час надходження і розмір партії вантажу, а також від організаційно-технічної підготовки до прийняття товарів. На великих базах усім комплексом робіт з розвантажування і приймання вантажів від органів транспорту керують диспетчерські служби, які приймають повідомлення про прибуття вантажу, узгоджують із транспортним підприємством час подання транспорту під розвантажування, передають працівникам залізничної станції вказівки щодо порядку розташування вагонів відповідно до розташування складів, визначають місця розвантажування кожної транспортної одиниці тощо.

Відповідно до Статуту залізниць України транспортне підприємство зобов'язане повідомити про прибуття на адресу торговельного підприємства вантажу в день прибуття, але не пізніше 12 год. наступного дня; про подання вагона під розвантажування повідомлення має бути передане не менше ніж за 2 години до подання.

Підготовча робота з надходження товарів на склад має включати: • уточнення розмірів партії товарів та часу її прибуття; • розрахунок необхідної площі зберігання, визначення місць зберігання, номерів штабелів для прибуваючих на склад товарів; • встановлення місць розвантажування кожного транспортного засобу, максимально наближених до приміщення для зберігання, • розрахунок і забезпечення наявності необхідної кількості піддонів для укладання на них товарів; • визначення виду і кількості механізмів для механізації розвантажування і переміщення товарів та



підготовку їх до прибуття товарів; • виділення необхідної кількості вантажників і розподіл роботи між ними; • підготовку документації, пов'язаної з оформленням приймання-здавання вантажів (товарів).

Для запобігання зустрічним перевезенням на складах доцільно передбачати розвантажування товарів на залізничній та автомобільній рампях, розташованих з різних боків складу, У разі відсутності на складі автомобільної рампі для розвантажування автотранспорту використовується залізнична рампа, колія біля якої зашивається дерев'яним настилом на рівні головки рейки. На великих підприємствах торгівлі зі значною кількістю складів для розвантажування автотранспорту можуть споруджуватися вантажно-розвантажувальні пости, кількість яких визначається обсягами вантажообігу та довжиною фронту вантажно-розвантажувальних робіт. Автомобілі на цих постах розташовуються за торцевою, боковою або ступінчастою (косокутною) системою. В умовах постійних значних обсягів вантажно-розвантажувальних робіт за окремими постами та пунктами розвантажування може проводитися закріплення вантажників і підйомно-транспортних засобів; проте на більшості підприємств торгівлі вантажники і підйомно-транспортні засоби обслуговують такі пости за розпорядженням бригадира вантажників відповідно до виробничої потреби.

Розвантажування транспорту може проводитись ручним, механізованим, комплексно-механізованим або автоматизованим способами.

При ручному способі всі роботи виконуються бригадою вантажників без застосування підйомно-транспортних машин і механізмів. Це призводить до збільшення обсягів важких трудомістких робіт, значних витрат робочої сили, часу і засобів, виникнення наднормативних простоїв транспортних засобів, підвищення собівартості перевезень і сплати штрафів транспортним організаціям.

Полегшенню праці складського персоналу і прискоренню термінів розвантажування транспорту сприяє механізований спосіб виконання розвантажувальних робіт, при якому розвантажування транспорту здійснюється підйомно-транспортними машинами та різноманітними механізмами за участі окремих членів бригади вантажників. При комплексно-механізованому способі всі операції виконуються машинами і механізмами без участі вантажників, а при автоматизованому способі всі операції здійснює система машин відповідно до заданої програми.

На проведення операцій з розвантажування транспортних засобів виділяється строго регламентований час (на залізниці — 1 доба, на автомобільному транспорті — згідно з Нормами часу простою автомобіля), перевищення якого карається штрафом. У зв'язку з цим всі транспортні засоби повинні розвантажуватись оперативно, за чітко відпрацьованою технологією. У разі надходження вантажів у вихідні дні чи в неробочий час товари вивантажуються з транспортних засобів і розміщуються у спеціально виділених експедиційних приміщеннях; у робочий час вивантажені товари подаються в зону приймання товарів за кількістю та якістю.

Працівники, зайняті розвантажуванням транспортних засобів, повинні

знати і суворо додержати правил техніки безпеки, виконувати загальні правила здійснення вантажно-розвантажувальних робіт і звертати увагу на спеціальне маркування вантажів («Обережно», «Не кантувати», «Верх», «Не кидати» та ін.), оскільки від цього залежить збереження якості і кількості вантажів.

#### Особливості організації і технології розвантажування транспортних засобів

Роботи з розвантаження товарів із транспорту (вагона або автомобіля) проводяться одночасно з попереднім прийманням їх за загальною кількістю чи масою. При цьому зміст і порядок виконання окремих технологічних операцій залежить від виду транспортного засобу, в якому прибув вантаж. Так, при надходженні товарів залізницею операціям розвантажування товарів передують т. зв. розкредитування вагона. Воно здійснюється експедитором, якому видається доручення на одержання товарно-матеріальних цінностей, і включає остаточний розрахунок за доставку вантажу, одержання від касира товарної станції відвантажувальних і супровідних документів, перевірку змісту накладної та наявності супровідних документів, оформлення видавання вагона. У ці документи пізніше вносять відповідні дані відносно вантажу, заявлених одержувачем вантажу претензій, умов видачі та відвантаження вантажу, часу оформлення видачі вантажу.

*Транспортними документами, які оформляються на вантаж, можуть бути товарно-транспортна накладна, накладна (залізнична), дорожня відомість, коносамент тощо (так, наприклад, на залізниці в комплект вантажосупровідної документації, яка містить дані про найменування вантажу, пункти вивезення і призначення, найменування і адреси відправників і одержувачів та тощо, входять: залізнична накладна, котра супроводжує товар до товародержувача; дорожня відомість; корінець дорожньої відомості; квитанція про прийняття вантажу); супровідними документами є пакувальні ярлики, описи, кіпні карти та ін. їх поділяють на основні і допоміжні. Основним супровідним документом є рахунок-фактура (або накладна), в якому зазначають назву підприємства-постачальника, назву товару, артикул, сорт, кількість, ціну та інші реквізити. До допоміжних відносять пакувальні листки, ярлики, описи, кіпні карти. Ці документи характеризують вміст окремих місць.*

Час оформлення видачі вантажу завіряється календарним штампом на накладній (слід розрізняти дату оформлення видачі вантажу і дату фактичного вивезення вантажу з вантажного двору станції або подачі вагона для розвантажування).

Після розкредитування вантажу вагони подаються засобами залізниці на залізничну рампу складу. Розвантажування вагонів розпочинається після огляду вагона і пломб, який включає: • звірення номера вагона за залізничною накладною з фактичним номером; • зовнішній огляд вагона (стан дверей, люків, наявність відкритих пошкоджень вагона), • перевірку цілісності пломб (запірно-пломбувального пристрою) і їх відповідності відбиткам, указаним у супровідних документах.

Якщо при такому огляді не виявлено порушень цілісності вагона або невідповідності пломб, то далі виконуються операції: \* оформлення дозволу на розвантажування, розкривання вагону; \* внутрішній огляд вагона і огляд стану вантажу (стан укладання, дотримання вимог спеціального маркування щодо укладання, відсутність зміщень та завалів, зовнішній вигляд тари); \* вивантажування товарів з укладанням на піддони або на вантажні візки; \* первинне приймання товарів за кількістю (перевірка відповідності кількості вантажних місць супровідним документам); \* переміщення сформованих вантажних пакетів авто- (електро-) навантажувачами або на вантажних візках на дільницю приймання, в експедиційний склад або в зону зберігання.

Необхідною умовою застосування засобів механізації розвантажувальних робіт (електронавантажувачі, конвеєри, транспортери, засоби малої механізації) є попереднє укладання тарноупакованих і поштучних вантажів на піддони з формуванням вантажних пакетів. Непакетовані вантажі можуть укладатися на піддони безпосередньо у вагоні (контейнері) або на рампі біля вагона.

У разі надходження вантажу в несправному вагоні (контейнері) або вагоні (контейнері) з пошкодженою (невідповідною) пломбою (запірно-пломбувальним пристроєм) одночасно з проведенням розвантажувальних робіт потрібно провести суцільне приймання товарів за кількістю та якістю (див. п. 8.3) і обов'язково оформити комерційний акт, який служитиме підставою для пред'явлення претензії до транспортних органів або постачальника. При виявленні несправності вагона (контейнера) або встановленні факта псування вантажу внаслідок несправності вагона (контейнера), додатково до комерційного акта має бути оформлений акт про технічний стан вагона (контейнера).

При надходженні вантажів у великотоннажних контейнерах виконуються такі операції: • зовнішній огляд стану контейнера (брак пошкоджень і поломок) і перевірка цілісності пломб; • застропляння і переміщення контейнера на місце розвантажування; • розкривання контейнера; • вивантажування товарів з укладанням на піддони або на вантажні візки; • первинне приймання товарів за кількістю (перевірка відповідності кількості вантажних місць супровідним документам); • переміщення сформованих вантажних пакетів авто- (електро-) навантажувачами або на вантажних візках на дільницю приймання, в експедиційний склад або в зону зберігання.

Після перевірки стану контейнера і цілісності (відповідності) пломб великотоннажні контейнери знімають з транспортного засобу з допомогою автонавантажувача або мостового крана і встановлюють на спеціальний контейнерний майданчик або виносні опори рампи, а далі розвантажування проводять за схемою розвантажування вагона. Малогабаритні універсальні контейнери після знімання з транспортного засобу за допомогою крана, тельфера чи автонавантажувача переміщують безпосередньо в зону приймання товарів.

Вантажі, котрі надійшли на автомобілях, вивантажуються в такому

порядку: — перевірка цілісності кузова, пломб, наявності належних відбитків на них (у випадку застосування автомобіля з кузовом типу «фургон» та його пломбування постачальником); • перевірка стану укладання, додержання вимог спеціального маркування щодо укладання, цілісності тари та упаковки вантажів; • первинне приймання товарів за кількістю (перевірка відповідності кількості завезених вантажних (тарних) місць даним, указаним у супровідних документах); • вивантажування товарів з кузова автомобіля з укладанням на піддони або вантажні візки; • переміщування сформованих вантажних пакетів авто- (електро-) навантажувачами або на вантажних візках на дільницю приймання, в експедиційний склад або в зону зберігання.

Доставлені автотранспортом пакетовані вантажі вивантажуються, як правило, авто- (електро-) навантажувачами; непакетовані вантажі можуть укладатися на піддони або розвантажуватись ручним способом.

Напіввагони та платформи з великогабаритними вантажами мають подаватися до відкритих складських майданчиків, на яких проводиться одночасне розвантажування та укладання цих товарів на зберігання. Для механізації цих робіт рекомендується використовувати спеціальні козлові крани.

Виконання операцій складського технологічного процесу здійснюється в різних функціональних зонах, тому виникає потреба у внутрішньоскладських перевезеннях товарів. Для їх здійснення у закритих складських приміщеннях торговельних підприємств рекомендуються електричні та ручні вантажні візки, електротягачі, транспортери, конвеєри, електронавантажувачі та електроштабелери, різноманітні крани, крани-штабелери, лебідки, тельфери, підйомники, вантажні ліфти, а на відкритих складах — автонавантажувачі, мостові і козлові крани, вантажні ручні візки тощо.

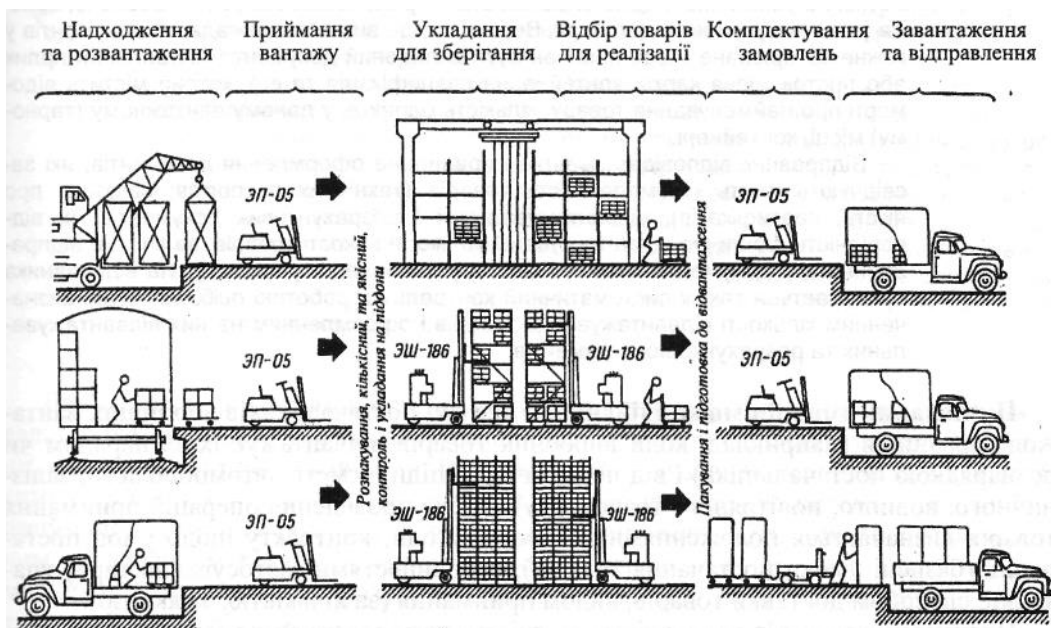


Рис. 7.3. Варіанти механізації завантажувально-розвантажувальних та внутрішньоскладських робіт

Складський технологічний процес завершується операціями відбору товарів з місць зберігання та відпуску товарів із складу, які умовно можна розбити на два етапи: 1) підготовка товарів до відпуску; 2) відпуск і відвантажування товарів зі складу. Від правильної організації цих операцій залежить повне і вчасне виконання оптовим торговельним підприємством своїх договірних зобов'язань щодо оптових поставок товарів та/або товаропостачання роздрібною торговельною мережою товарами в необхідних кількостях та асортименті. Відпуск товарів зі складу повинен бути організований так, щоб не допускалося простоювання транспортних засобів, раціонально використовувалася їх вантажопідйомність, забезпечувалося розширення застосування централізованої доставки товарів. Види операцій з відпуску товарів визначаються властивостями та особливостями товарів, складністю їх асортименту, характером упаковки, місцем і видом складу в системі товаропросування, формами оптового продажу товарів і формами відпуску товарів зі складу.

Необхідною **передумовою** виконання операцій відбору та відпуску товарів зі складу є робота з організації продажу товарів оптовим покупцем, зміст, форми і методи якої розглянуто в окремому розділі. Разом з тим, від змісту і форм оптового продажу товарів залежать, в свою чергу, форми відпуску товарів зі складів. — Відпуск товарів зі складу може здійснюватися у таких **формах**: — відпуск товарів представникові одержувача на складі; — централізована доставка товарів у роздрібну торговельну мережу; — відвантаження товарів немісцевим одержувачам залізничним, автомобільним або іншим магістральним транспортом; — міжскладський відпуск товарів. Від форм відпуску товарів у великій мірі залежить характер і послідовність виконуваних технологічних операцій.

У всіх випадках підставою для **відпуску товарів зі складу** є документи торгового відділу оптового торговельного підприємства, якими можуть бути накладні (вимоги), рахунки (рахунки-фактури), наряди, рознарядки, відбіркові листи (замовлення), квитанції, складські свідоцтва, заклази-вимоги, які надходять від оптових покупців, тощо.

Необхідно зауважити, що внаслідок існування великої різниці в специфіці роботи різних складів і з різними товарами, єдиних універсальних правил та вимог щодо форм застосовуваних документів, як і безпосередньо щодо порядку виконання операцій відпуску товарів зі складу немає. Тому для кожного конкретного складу перелік і форми документів, які служать підставою для відпуску товарів зі складу визначаються адміністрацією підприємства і обумовлюються в угодах з клієнтами. Єдиною принциповою умовою в даному випадку є необхідність подання на склад такого документа, який би підтверджував право на одержання таких товарів (вантажів) на основі умов укладеного договору (поставки, купівлі-продажу, комісії) чи права власності (договір зберігання, складське свідоцтво). Як правило, в цих документах повинні вказуватися реквізити та інша необхідна інформація для організації документообігу, а також параметри товарів — їх назва, кількість

(маса), код товару, інші дані, які дозволяють ідентифікувати їх та визначити місце розташування товару на дільниці зберігання складу. Так, наприклад, у рахунках-фактурах і в накладних вказуються номер і дата виписування товару, назви підприємств - постачальника та покупця (одержувача) товарів, назви і короткий опис товарів, їх кількості (в облікових одиницях), ціни і загальна вартість (сума всього і в тому числі — ПДВ) товарів тощо.

Відпуск товарів зі складу представникам інших підприємств (оптових покупців, підприємств транспорту) регулюється умовами укладених угод; залежно від умов роботи складу застосовують знеособлений (на пред'явника) і персональний відпуск — конкретній фізичній або юридичній особі (на підставі постійної або разової довіреності).

Постійна довіреність на отримання майнових цінностей представникові юридичної особи видається за підписом керівника відповідного підприємства та його головного бухгалтера на термін до 3 років (якщо термін дії довіреності не вказаний, то вона є дійсною протягом 1 року). Така довіреність постійно зберігається на складі, а на її підставі представникові одержувача товарів видається копія з підписом матеріально відповідальної особи складу, завірена печаткою оптового підприємства. Разова довіреність, видана представникові оптового покупця на отримання товарів за певною накладною, передається на склад. У всіх випадках, поряд із поданням довіреності, для засвідчення особи представник одержувача (як юридичної, так і фізичної особи) повинен пред'явити паспорт (або інший документ, що його замінює).

Інформація про подані представником одержувача (оптового покупця) документи (номер довіреності, дату видання, назву підприємства-одержувача, прізвище, ініціали та посаду особи, яка отримує товар, номер і серію паспорта, місце і дату •рго видання тощо) вписується в замовлення на товари під час його оформлення.

У практиці вітчизняної торгівлі товарами народного споживання найчастіше операції оптового продажу товарів завершуються оформленням відбіркового листів (замовлень) та рахунків-фактур (або накладних), відповідно до яких і проводиться відбір товарів з місць зберігання. Товарознавці-реалізатори оформляють відбіркові листи на підставі письмових (телефонних) замовлень чи особистого відбору товарів у залі товарних зразків представниками підприємства-покупця і передають їх для виписування рахунків-фактур.

Для полегшення подальших операцій відбору товарів працівниками рекомендується оформлювати їх таким чином, щоб послідовність записів у відбірко-вому листі (і в рахунку-фактурі) відповідала порядку розташування товарів у секціях стелажів, у штабелях чи на вішаках. У цьому разі відбірник, рухаючись уздовж стелажів в одному напрямку, може відібрати всі замовлені товари, не повертаючись назад за товарами окремими найменувань.

У разі оформлення операцій оптового продажу товарів безпосередньо на складі товарознавець-реалізатор або матеріально відповідальна особа складу відразу заповнює накладну, яка використовується для відбору та

відпуску товарів зі складу.

Повний перелік комплексу операцій з відбору та відпуску товарів зі складу оптового торговельного підприємства включає:

- ознайомлення та опрацювання документів (відбіркових листів, замовлень та ін.) з вимогами на відбір та відпуск товарів зі складу;
- дештабелювання товарів;
- відбір товарів з місць зберігання;
- переміщення товарів у зону комплектування замовлень покупців;
- товарну обробку й сортування;
- комплектування замовлень і укладання товарів у тару або укрупнену вантажну одиницю (пакет на піддоні, контейнер, тару-обладнання);
- упакування товарів, пломбування й маркування укрупнених вантажних одиниць;
- переміщення товарів до місць помаршрутного комплектування;
- помаршрутне комплектування партій товарів (комплектуювання партій товарів у розрізі одержувачів);
- переміщення товарів до місця формування відвантажуваної партії;
- переміщення укомплектованих партій товарів у зону завантаження транспортних засобів;
- завантажування товарів на транспортні засоби;
- контрольню-облікову операцію з відправки товарів;
- допоміжні операції при відправці транспортних засобів та прибирання робочого місця.

### **Організація і технологія відпуску товарів зі складу**

Як правило, відпуск товарів проводиться за графіком, який розробляється на основі заявок магазинів і забезпечує їх ритмічне та безперебійне постачання товарами. При цьому замовлення (відбірковий лист, рахунок-фактура) на склад повинно надійти завчасно в термін, який би дозволяв здійснити підбір і комплектування товарів. У практиці торгівлі застосовують механізований, частково механізований і ручний способи відбору товарів з місць зберігання.

Ручний спосіб застосовується для відбору невеликих кількостей товарів, упакованих у тару (пакети, коробки, пачки), а також дрібноштучних товарів складного асортименту, які зберігаються на стелажах. При ручному відборі відібрані з місць зберігання упаковки з товарами укладають на ручні вантажні візки і доставляють в зону комплектації.

Механізований відбір товарів застосовується переважно на великих оптових базах. У цьому разі товари, спакетовані на піддоні, за допомогою складської техніки (наприклад електроштабелера) знімаються з місця зберігання й у вигляді малої транспортної одиниці переміщуються в зону комплектування замовлень. У разі частково механізованого способу відбору товарів з нижніх полиць стелажів товари відбирають вручну, а з верхніх полиць — за допомогою спеціальної відбірної машини (електроштабелера). Механізований спосіб найбільш доцільний на великих складах і для великих партій товарів, які підлягають відпуску. Але при невеликих розмірах відпуску товарів одного найменування відбір товарів на піддонах потребує багато часу і є малоефективним, оскільки в цьому разі для комплектування товарів за дрібними замовленнями клієнтів піддон з товаром необхідно протягом робочого дня знімати й установлювати декілька разів. Тому необхідною умовою застосування механізованого способу виконання даних

операцій є поєднання його з комплексним методом відбору товарів.

Відбір товарів з місць зберігання може здійснюватися двома методами — індивідуальним (для одного покупця) або комплексним (для групи покупців). Вибір методу відбору товарів здійснюється з урахуванням виду товарів, обсягів вантажообігу складу, особливостей технологічного планування складу, умов зберігання, інтенсивності роботи складу.

При індивідуальному методі товари відбираються для кожного покупця окремо, тобто відбірник відбирає товари, вказані в одному рахунку-фактурі, послідовно рухаючись повз місця їх зберігання на складі. У цьому разі кількість обходів відповідає кількості замовлень (рахунків-фактур). При комплексному методі за зведеним відбірковим листом, в якому вказується загальна потреба кількох покупців у товарах кожного найменування, з місць зберігання відбираються товари кожної партії одночасно за всіма рахунками-фактурами, тобто зразу для кількох покупців. У такому разі кількість обходів складу, які виконуються відбірником, відповідає кількості місць зберігання (спеціалізованих секцій). У подальшому відібрані товари сортують за окремими замовленнями. У разі механізованого способу виконання операцій відбору товарів з місць зберігання електроштабелерами знімаються цілі вантажні пакети, які переміщуються на дільницю комплектування. Тут працівники складу розформовують їх і розкладають товари з піддонів по окремих тарних місцях зразу для всіх чи для групи покупців. Такий метод комплектування дозволяє раціоналізувати документообіг, використовувати ефективну складську техніку, підвищити продуктивність праці відбірників.

Відібрані товари доставляють у зону комплектування замовлень, де **перевіряється правильність відбору товарів** відповідно до замовлень покупців. Для комплектування замовлень клієнтів на товари на складах виділяють спеціальні дільниці, розміри яких визначаються обсягами відпуску товарів і кількості одночасно укомплектовуваних партій товарів.

Останнім часом у складських процесах все ширше розвивається автоматизація на основі АСУ і ЕОМ. В такому разі в обчислювальному центрі складського комплексу в ЕОМ вводиться інформація про місця зберігання всіх вантажів. З урахуванням цієї інформації ЕОМ визначає адреси комірок стелажів, в яких розташовуються дані товари, і друкує відомість про розміщення. Згідно з указаними у відомості адресами комірок вантажі з зон приймання направляються в зону зберігання і розташовуються у потрібні місця. ЕОМ фіксує нові дані про кількість і розміщення даного товару. На цьому закінчується процес розміщення і реєстрації вантажу, який надійшов на склад.

Відбір і комплектація здійснюється за відбірними листами, отриманими на ЕОМ на кожного замовника або на певну групу клієнтів. З допомогою ЕОМ вибирається комірка стелажу, в якій є достатньо товарів зразу для всіх покупців, що дозволяє скоротити кількість їздок крана-штабелера. Якщо такої комірки немає, то відбір починається з найменш завантаженої комірки, щоб повністю звільнити її від товару.

З метою прискорення комплектування замовлень на складах



упроваджуються системи комплектування замовлень із застосуванням світлових табло і цифрових індикаторів, що дозволяє ліквідувати відбірні листи. У цьому разі системою комплектування замовлень керує ЕОМ. Вона видає на світлові табло і цифрові індикатори інформацію про вид і кількість товарів, які потрібно відібрати з кожної окремої комірки. Ця система може мати програмне забезпечення для оптимального розмішування тарноштучних вантажів на складі з урахуванням його пропускної спроможності. Система встановлюється на складах, обладнаних стелажими рухомого зберігання, вертикальними і горизонтальними карусельними стелажими.

Автоматизовані складські системи базуються на використанні кранів-штабелерів та міжстелажних трансманіпуляторів з електронним управлінням та дистанційною передачею інформації для укладання та відбору товарів.

Для комплектування замовлень можуть застосовуватися різні способи комплектування, а саме: • **послідовне комплектування окремих замовлень** способом відбору товарів у асортиментному розрізі за номенклатурними позиціями; • **одночасне комплектування товарів однієї номенклатури** з дальнім розсортуванням за окремими замовленнями. Операції комплектування замовлень досить часто супроводжуються **підсортуванням** товарів, тобто комплектуванням партій товарів у асортименті, потрібному покупцям (досить часто підсортування суміщають із самим процесом їх відбору). Наприклад, взуття, швейні вироби, трикотаж підбирають за розмірами, ростами; парфумерію — за видами, після чого товари упаковуються в тарні місця.

У вітчизняній торгівлі існує практика застосування т. зв. боксової системи комплектування замовлень, коли товари, які за комплексним методом відбираються з різних місць зберігання, у зоні комплектування розкладаються в бокси, призначені для конкретних одержувачів товарів. У цьому разі товари з урахуванням розміру одного замовлення можуть укладатися в контейнери або тару-обладнання, які надалі доставляються одержувачам.

**Упакування** повинне забезпечити повне збереження товарів при перевезенні. Як засоби упаковки застосовують інвентарну тару (ящики, контейнери, мішки). На кожне місце виписують пакувальний листок (або ярлик) у 4 примірниках, кожний з яких підписується завідувачем складу і відбірником. У пакувальному ярлику вказані: артикул, гатунок, кількість товарів в упакованому місці, номер пакувальника. Під час пакування комплектувальник вкладає в кожен тарну одиницю пронумерований пакувальний листок (або ярлик) і ставить свій підпис. Одну з копій пакувального листка (або ярлика) додають до рахунка-фактури, другу залишають на складі. Завантажену інвентарну тару пломбують.

Після цього інвентарну тару переміщують в експедиційний склад або в зону по-маршрутного комплектування партій товарів у разі відпуску товарів безпосередньо зі складу (це стосується великогабаритних товарів, а також товарів, які відправляються у кількостях, достатніх для повного завантаження автотранспорту). Під час формування помаршрутних

відправлень партії товарів групуються згідно з територіальним розташуванням конкретних об'єктів торгівлі або їх адміністративною підпорядкованістю; при цьому враховують вантажопідйомність транспортних засобів.

**Транспортування товарів** у транспортній тарі **до зони завантаження** транспортних засобів залежно від конкретних умов роботи складу здійснюють за допомогою вилючних автотранспортувачів, акумуляторних візків (електрокари) або інших механізмів, а для виконання навантажувальних робіт широко використовуються електротранспортувачі, крани та ін. **Навантаження товарів на транспортні засоби** здійснюється з використанням різних механізмів, що забезпечує йому оперативність і швидкість. Для цього широко застосовують електротранспортувачі, крани, конвеєри, лебідки, транспортні візки та ін. Під час завантаження вантажі в кузові автомобіля слід укладати з урахуванням більш повного використання площі і вантажопідйомності транспортного засобу, а також з урахуванням розташування магазинів та інших торгових об'єктів на маршруті.

При відпусканні товарів зі складу безпосередньо покупцю його представник зобов'язаний пред'явити належно оформлене доручення на право отримання товару, котре прикріплюється до першого примірника рахунка-фактури. Матеріально відповідальна особа складу (зав. складу, комірник) оформляє товарно-транспортну накладну (в 4 примірниках), яка разом із рахунком-фактурою та іншими товарно-супровідними документами передається представникові одержувача. У рахунку-фактурі представник одержувача (покупець) розписується про отримання товару, а матеріально відповідальна особа складу (зав. складу, комірник) — про його відпуск. Усі товари, зазначені в рахунку-фактурі, мають бути отримані і вивезені зі складу. Часткове отримання товарів або їх відпуск без документів не допускається. **Виїзд завантаженого автомобіля** з території оптового торговельного підприємства дозволяється за наявності відповідної перепустки.

Для вдосконалення організації відпуску товарів на оптових базах або великих складах організують диспетчерські служби.

Організація виконання на складах підприємств оптової торгівлі складного комплексу операцій та робіт, пов'язаних з підготовкою до надходження, приймання, розміщування їх у місцях зберігання, організацією зберігання, підготовкою до відпуску та відпуском товарів оптовим покупцям повинна забезпечувати високу ефективність їх діяльності, що досягається управлінням ТТП на складі.

Під управлінням **торгово-технологічними процесами на складі** розуміють сукупність прийомів і методів, за допомогою котрих забезпечується виконання різноманітних складських операцій та цілеспрямований вплив на вибір раціональних форм і методів їх організації з метою підвищення ефективності використання трудових, паливно-енергетичних, фінансових ресурсів і високої якості обслуговування оптових покупців.

**Основними завданнями** управління торгово-технологічними процесами на складі є:

- підвищення якості обслуговування оптових покупців;
- застосування раціональної системи управління асортиментом і товарними запасами на складах оптової бази;
- забезпечення визначення й урахування особливостей роботи кожного складу;
- оптимізація технічного забезпечення складів з метою підвищення продуктивності праці складського персоналу, ефективного використання площ, місткостей і засобів механізації;
- скорочення тривалості циклів складської обробки вантажів;
- вчасне і кваліфіковане проведення операцій приймання товарів за кількістю та кількістю та їх оприбуткування на склад;
- застосування прогресивних методів зберігання і складської переробки товарів, які б забезпечували їх збереження та безпеку праці;
- створення умов для планомірного постачання роздрібною торговельною мережею товарами і прискорення їх обігу;
- зниження витрат на виконання операцій торгово-технологічного процесу складу.

Удосконалення управління торгово-технологічним процесом на складі пов'язане з такими організаційними заходами:

- централізація управління торгово-технологічним процесом на основі створення диспетчерської служби підприємства;
- застосування сучасних технічних засобів та технології управління для оперативного регулювання кожної стадії торгово-технологічного процесу складу;
- автоматизація обробки комерційної, економічної та іншої інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень;
- автоматизація управління окремими технологічними операціями і процесами, забезпечення неперервності управління.

Для реалізації поставлених завдань використовуються різноманітні прийоми і методи управління торгово-технологічними процесами. Засоби і знаряддя праці, які застосовуються для управління торгово-технологічним процесом, називаються **засобами управління**.

Основними **засобами управління** торгово-технологічним процесом складу є:

- технологічні карти;
- технологічні графіки;
- мережеві методи планування та управління;
- комп'ютерні системи, системи радіозв'язку, внутрішньоскладське телебачення та інші засоби оргтехніки;
- сканери штрих-кодів та ін.

Засоби управління торгово-технологічними процесами на складах поєднуються з ефективними **заходами** управління технологічними процесами, якими є, наприклад, **оперативне планування та диспетчеризація робіт**.

Оптимізація складських операцій досягається завдяки розробленню та використанню технологічних карт і графіків. **Технологічна карта** — це документ, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій та перелік документів, котрі мають складатися під час цієї роботи на основі відповідних інструкцій та нормативних документів. Такі карти призначені для ефективного використання засобів праці та робочої сили і уникнення помилок під час виконання певних операцій.

Технологічні карти розробляють на групи товарів з подібними характеристиками, котрі проходять однаковий цикл складської обробки.

Складання технологічних карт включає визначення методів, способів і засобів укладання (комплектування) вантажу, переліку і змісту операцій складського опрацювання вантажу, методів і засобів транспортування, розрахунок тривалості виконання окремих операцій і загального циклу робіт, розрахунок кількості необхідних механізмів і обладнання, виконавців робіт тощо. Вони мають бути складені на весь процес складської переробки вантажів або ж на окремі його етапи (надходження товарів, відвантажування товарів тощо). Технологічні карти складають також з урахуванням особливостей організації праці для окремих категорій складських працівників (водіїв підйомно-транспортного обладнання, відбірників). Застосування технологічних карт дозволяє більш раціонально використовувати засоби праці, предмети праці і робочу силу, виключити помилки під час виконання відповідних операцій.

Основою для розробки технологічних карт служать вихідні обставини, з врахуванням котрих визначається зміст роботи (перелік виконуваних операцій), виконавці, а також перелік документів, які складаються в процесі складської переробки товарів. Крім того, в технологічній карті передбачається розділ «Що заборонено або не допускається», в якому сформульовані попередження виконавцям щодо можливих помилок під час виконання складських операцій. При визначенні змісту роботи на основі вихідних конкретних обставин керуються відповідними нормативними документами, інструкціями і т. п. Згідно з вимогами цих самих документів розробляється також розділ «Які документи оформляються».

Різновидом технологічних карт є **карта технологічного процесу складу** – документ, який регламентує цикл операцій, котрі виконуються на конкретному складі.

Карта технологічного процесу складу визначає низку конкретних техніко-економічних показників, які характеризують необхідний рівень організації робіт на складі (загальна працездатність операцій, в т. ч. працездатність механізованих та ручних завантажувально-розвантажувальних операцій, загальна кількість операцій з розподілом на завантажувально-розвантажувальні, контрольно-облікові і спеціальні внутрішньоскладські). На цих показниках повинен базуватися розрахунок показників механізації завантажувально-розвантажувальних робіт та коефіцієнта перевалки вантажу на складі.

**Технологічні графіки** — документи, які передбачають і регулюють тривалість та інтенсивність виконання складських операцій у часі.

Технологічні графіки дозволяють спланувати та організувати рівномірну роботу складу чи іншого об'єкта протягом зміни, доби, тижня, декади тощо. Це можуть бути графіки роботи вантажно-розвантажувальних механізмів, графіки подання заявок на завезення товарів зі складу, графіки прибуття покупців на склад або в зал товарних зразків для відбору товарів, графіки роботи експедиційного складу та ін. Технологічні графіки роботи експедиційних складів забезпечують вчасну доставку товарів у роздрібну торговельну мережу, приймання товарів, що надходять у неробочий час, і

вчасне оформлення товарно-транспортних документів.

Ефективне управління торгово-технологічним процесом на складі може забезпечуватися також завдяки оперативному плануванню і регламентуванню виконання окремих операцій на основі **мережевих методів планування та управління**, пов'язаних з розробкою мережевої моделі та мережевого графіка організації торгово-технологічного процесу складу

При мережевому плануванні розробляється мережева модель, тобто схематичне графічне зображення торгово-технологічного процесу складу, яке відображає процес виконання комплексу робіт, спрямованих на досягнення визначеної кінцевої мети (наприклад, для складу нею може бути завантаження товару на транспортний засіб для завезення його клієнтові). У цій схемі весь технологічний цикл розбивається на окремі операції, які виконуються відповідно до логічної послідовності складської обробки 1 т визначеного товару (вантажу) в різній тарі та без тари, вказується тривалість та виконавці кожної включеної до неї роботи, спосіб виконання, дільниця, де виконуються роботи. Завдяки цьому мережева модель набирає форми мережевого графіка, тобто графіка здійснення певних робіт з вказанням термінів виконання, визначених розрахунковим способом на основі норм виробітку, хронометражної оцінки тривалості їх виконання тощо. Мережеві графіки дозволяють скоротити тривалість технологічного процесу складу завдяки оптимізації його структури та усуненню дублювань окремих операцій, зменшити трудомісткість операцій і скоротити затрати ручної праці та ін. Мережеві графіки доцільно використовувати з технологічними картами, розробленими як для всього технологічного процесу, так і для окремих його етапів. Мережеві графіки використовуються для розробки оперативних планів роботи складів або окремих категорій працівників, в яких визначаються конкретні терміни виконання окремих робіт.

Якісне управління торговельними підприємствами та їх технологічними процесами на сучасному етапі розвитку неможливе без широкого використання **комп'ютерної техніки**, яка дозволяє отримувати інформацію про комерційні процеси, опрацьовувати її в режимі, максимально наближеному до реального, та приймати і передавати відповідні рішення і рекомендації.

**Сканувальна техніка** (сканери штрих-кодів, локальні сканерні мережі) на складах дозволяє автоматично отримувати інформацію про надходження та відпуск товарів зі складу і використовувати її в загальній системі управління товарними запасами на складі. Особливістю застосування сканувальної техніки на складах оптової торгівлі є використання її для зчитування інформації штрихового кодування і групових упаковок, сформованих на налетах, в контейнерах, пакетах.

**Диспетчеризація** забезпечує оперативне регулювання всього комплексу складських робіт та його окремих елементів — завантажувально-розвантажувальних робіт, оформлення документів на оприбуткування або відпуск товарів, видавання або відвантажування товарів замовникам тощо.

**Головною метою** управління торгово-технологічними операціями на

складах підприємств гуртової торгівлі є забезпечення планомірного і безперебійного товаропостачання роздрібних торговельних підприємств. Воно включає: управління товарними запасами, асортиментом товарів, їх зберіганням, навантажувально-розвантажувальними операціями, товарними потоками на складах.

**Управління товарними запасами** передбачає їх нормування (у вигляді нормативів товарних запасів у сумі і днях до товарообігу), оперативний облік і контроль за станом товарних запасів (на основі чинних форм обліку і звітності), регулювання товарних запасів за рівнем та структурою за допомогою прийняття різноманітних комерційних рішень. При цьому необхідно використовувати комп'ютерну техніку і створювати сучасні системи управління товарними запасами. Методичним підґрунтям цієї роботи є сучасна теорія управління запасами, яка володіє широким різноманіттям економіко-математичних моделей управління однономенклатурними та багатноменклатурними запасами за критерієм мінімізації витрат на формування та утримання запасів.

**Управління асортиментом товарів** спрямоване на підтримання на складах оптимальної номенклатури товарів, необхідних для безперебійного постачання роздрібною торговельною мережею. Управління асортиментом товарів на оптових торговельних підприємствах є основним завданням комерційної служби (насамперед товарознавців); водночас на склади покладається виконання підпорядкованих завдань щодо визначення асортименту товарів для конкретного складу, комплектування необхідного набору товарів з наявного асортименту, а також щодо оперативного контролю за рухом кожного різновиду товарів. Основним засобом управління асортиментом товарів на складах є асортиментні переліки та моделі.

**Управління зберіганням товарів** на складах включає:

- управління власне зберіганням;
- визначення місць для зберігання товарів, що надходять на склади підприємства;
- їх пошук під час відпуску за замовленнями покупців.

Під час організації зберігання товарів на складах потрібно враховувати різницю в тривалості зберігання окремих товарів, їх фізико-хімічні властивості та інші фактори. На цій основі необхідно розробити таку систему розміщування товарів, котра дозволяла б швидко розмістити в місця зберігання або відшукати необхідні товари, вести правильний облік їх кількості, надходження, відпуску і забезпечувала б збереження кількості та якості товарів за умови ефективного використання складських площ та місткостей.

Управління зберіганням товарів має передбачати застосування раціональних способів укладання, які б забезпечували збереження товарів, виключали втрати, створювали зручності для контролю за їх станом і правильним відбиранням. Застосування різних методів управління рухом товарів на складах дозволяє не тільки впорядковувати зберігання товарів, але й прискорювати процес комплектування замовлень, значно полегшити працю складського персоналу всіх категорій, знизити простої транспортних засобів і

складської техніки.

Управління зберіганням спрямоване на створення умов для раціонального виконання всіх операцій технологічного процесу, а для цього воно повинно забезпечувати: • зберігання кожного товару в коморах і камерах з температурним режимом, який би відповідав його фізико-хімічним та іншим особливостям; • дотримання певного товарного сусідства; • розміщування товарів з урахуванням частоти надходження і відпуску, працеемності і транспортабельності; • дотримання суворої черговості відпуску товарів (особливо продовольчих) залежно від терміну виготовлення, що дозволяє виключати можливість їх псування і прострочування термінів зберігання. Ефективність управління зберіганням товарів на складі виявляється через збільшення коефіцієнтів використання площі та місткості складу і підвищення середнього питомого навантаження на одиницю складської потужності, що досягається технологічними й організаційними заходами. Тому в процесі управління зберіганням товарів необхідно прийняти рішення про вибір системи зберігання товарів, яка може базуватися на закріпленні за товарами постійних або змінних місць зберігання або ж на застосуванні комбінованої системи.

Водночас досвід показує, що через дефіцит складських площ і непостійність асортименту на складах доцільно використовувати систему з закріпленням змінних місць зберігання. Раціональність її полягає в тому, що вона дозволяє оперативно використовувати звільнені місця для новоприбулої продукції. Вада цієї системи полягає в складності управління процесом розміщування товарів, яке потребує застосування комп'ютерної техніки і розробки певних прийомів управління цим процесом.

Найбільш прийнятним методом розміщування товарів є змішаний, при якому для товарів, які завжди є на складі, закріплюються постійні місця зберігання, а для іншої частини товарів виділяються змінні (тимчасово вільні) місця зберігання

Важливою умовою оптимального зберігання, у т. ч. укладання товарів на зберігання, є складання економічно і технічно обґрунтованих **карт (схем) розміщування товарів на складах** із закріпленням за товарами певних груп, підгруп і найменування постійних місць зберігання. При закріпленні постійних місць зберігання за товарами з'являється можливість створити таку систему розміщення запасів товарів на складі, котра веде до скорочення транспортних витрат. Стабільність у розташуванні товарів допомагає персоналові складу швидко розміщувати новоприбулу партію, а також чітко відібрати товари при виконанні замовлень гуртових покупців. Розробка карт розміщування товарів на складах не тільки має велике значення для управління зберіганням товарів, а і є однією з найважливіших умов раціонального **управління потоками товарів**.

Під товарним потоком на складі розуміють рух товарів від моменту надходження до відпуску проданого товару гуртовому покупцеві. Товарний потік включає систему взаємопов'язаних, послідовно виконуваних операцій з товаром. На складах здійснюється кількісне та якісне перетворення товарних

потоків. Процес, зв'язаний з перетворенням товарних потоків, поділяють на три взаємодіючі частини:

- > формування вхідного товарного потоку (заявки, замовлення);
- > освоєння вхідного товарного потоку (операції технологічного процесу);
- > формування вихідного товарного потоку (виписування документів на відвантаження, відбір, відвантаження).

Управління товарними потоками спрямовується на скорочення загального часу виконання операцій торгово-технологічного процесу складу та регулювання швидкості й циклічності руху транспортних засобів. Управління товарними потоками здійснюється через розробку схеми технологічного планування складу і визначення при цьому раціональних маршрутів руху товарів під час надходження, відбору та відпуску їх покупцям. Наявність карт розміщення товарів на складах, а також адресація новоприбулих товарів дозволяють оперативно відібрати потрібні товари на складі, визначити зручні маршрути, які забезпечували б мінімальний вантажообіг. З цією метою застосовується стандартна інформаційно-знакова система, за допомогою котрої позначаються шляхи руху транспортних засобів, а також розмітка стелажів і штабелів тощо.

**Управління навантажувально-розвантажувальними і транспортними операціями** на складі спрямоване на скорочення тривалості виконання даного циклу робіт завдяки вибору оптимальної структури етапів опрацювання вантажів, уникнення простоїв підйомно-транспортних механізмів, забезпечення ритмічної роботи складів і полегшення роботи складського персоналу всіх категорій. Воно передбачає максимальне полегшення праці вантажників і водіїв складської техніки за рахунок правильного вибору засобів механізації і відповідної підготовки персоналу.

Управління навантажувально-розвантажувальними операціями може здійснюватися диспетчерською службою оптового підприємства, у підпорядкуванні котрої перебуває парк підйомно-транспортного обладнання. Це дозволяє централізувати оперативний контроль і координацію управління всіма операціями складського опрацювання вантажів і забезпечити узгоджену роботу підрозділів оптових підприємств, оперативно регулювати операції з завантаження і розвантаження транспортних засобів, вибирати найраціональніші шляхи переміщення товарів, а також забезпечувати ритмічність роботи всіх підрозділів оптового торговельного підприємства.

Ефективність управління навантажувально-розвантажувальними операціями значною мірою залежить від рівня технологічного оснащення диспетчерської служби (промислове телебачення, диспетчерський зв'язок, пневмопошта, телефонний зв'язок).

Вищою формою організації складського технологічного процесу на оптовому торговельному підприємстві є автоматизована система управління (АСУ) складськими операціями, яка орієнтована на створення потокової системи внутрішньоскладської переробки вантажів. Автоматизація управління технологічними процесами на складах на основі комп'ютерної



техніки пов'язана з необхідністю вирішення завдань щодо оптимізації процесів розміщування товарів на складах, формування замовлень на відбір, контролю відбору та відвантажування товарів у роздрібну торговельну мережу та ін., що є предметом **складської логістики** (або логістики складського опрацювання товарів).

Для створення такої системи необхідними є високий рівень комплексної механізації складських операцій, зосередження управління технологічними процесами переробки вантажів у єдиному центрі, використання системи конвеєрів та автоматичних міжстелажних навантажувачів для внутрішньоскладського переміщення вантажів та застосування комп'ютерної техніки. Основою для автоматичного укладання та вибору товарів із застосуванням дистанційних систем програмного управління служить укладання товарів у комірках ящикових або прохідних стелажів і на полицях гравітаційних стелажів та використання автоматизованих кранів-штабелерів. Найефективнішими є автоматизовані системи на складах з вузькою номенклатурою високооборотних товарів. Завданням складської логістики є оптимізація всього комплексу операцій, які виконуються під час руху товарних потоків через склади в загальній системі товаропросування.

Складська логістика спрямована на оптимізацію операцій закупівель, доставки закуплених товарів, процесів розвантажування товарів, їх приймання за кількістю та якістю, розміщування товарів, операцій забезпечення умов зберігання, контролю якості товарів, управління запасами, обробки замовлень, обслуговування замовників, організації процесів комплектування та пакування товарів, організації відвантажування та заезення товарів перевізникам або замовникам, планування і диспетчеризації робіт, маршрутизації перевезень вантажів у межах і поза складами, обліку оприбуткування, витрачання і наявності товарів та контролю цих операцій, ведення претензійної роботи, використання складських приміщень та споруд, вибору і використання обладнання та оргтехніки, підготовки та використання кадрів, формування та використання інформаційних систем тощо.

Застосування комп'ютерної техніки для вирішення оптимізаційних завдань у межах автоматизації управління технологічним процесом складу пов'язане з:

- розробкою технологічної схеми переробки вантажів з використанням механізмів автоматичної дії та комп'ютерної техніки;
- побудовою інформаційної моделі складу, в котрій кожному місцю зберігання відповідав би певний запис у пам'яті комп'ютера;
- вирішенням проблеми раціонального розміщування товарів на складах;
- розробкою програми управління операціями складування товарів;
- забезпеченням надійної системи зв'язків комп'ютера з механізмами автоматичної дії;
- розробкою технології комплексного опрацювання інформації, яка б забезпечувала виконання програм автоматичного обліку з одночасним розв'язанням завдань автоматичного управління складськими операціями.

Управління торгово-технологічними процесами на складах тісно

пов'язане з організацією праці на складах. Розвиток складського господарства, зростання рівня його технічного оснащення та масштабів обумовлюють ускладнення трудового процесу, зміну характеру праці, її дальший розподіл, виникнення нових професій та спеціальностей, зміни вимог щодо рівня кваліфікації працівників, організації та оснащення робочих місць. Тому питання вдосконалення складських технологій не можуть розглядатися відокремлено від організації праці складського персоналу.

Організація праці на складі значною мірою залежить від структури апарату складу і функцій його працівників. Склад є основним структурним підрозділом оптового торговельного підприємства і функціонує під загальним керівництвом торгового (комерційного) відділу цього підприємства.

Структура апарату і чисельність його працівників залежить від виду складу, його товаро- та вантажообігу, асортименту товарів, виду і складності складських операцій; при цьому структура персоналу складу включає працівників різних категорій, виділення яких обумовлене розподілом праці за функціональною, товарною та/або технологічною ознакою, а також за кваліфікацією працівників. Персонал складу, як правило, включає працівників **таких категорій**: • завідувач складу; • завідувачі товарних секцій, відділів або старші комірники; • комірники; • відбірники; • комплектувальники; • пакувальники; • сортувальники; • водії підйомно-транспортних механізмів; • вантажники. В організації і проведенні робіт з приймання і зберігання товарів беруть участь товарознавці, а в разі організації на складі фасувальних робіт — фасувальники. На експедиційних складах до роботи складу залучаються також експедитори і вагари.

Функціональний розподіл праці передбачає закріплення конкретних функцій за окремими категоріями працівників складу. Згідно з цією ознакою на складі можуть виділятися категорії керівних працівників (завідувачі складами, старші комірники), робітників (відбірники, сортувальники, пакувальники, вантажники, водії механізмів), службовців (експедитори, агенти) та ін.

Основою для розподілу праці складських працівників за товарною ознакою є спеціалізація їх на роботі з визначеною групою товарів. Відповідно до такого розподілу організуються спеціалізовані товарні склади, секції або відділи.

Розподіл праці за технологічною ознакою пов'язаний зі спеціалізацією працівників на виконанні однотипних видів робіт, що відрізняються технологією їх здійснення (за цією ознакою розрізняють, наприклад, працю пакувальника, комплектувальника, відбірника, фасувальника та ін.); на великих складах застосовується також т. зв. повний, або поопераційний, розподіл праці.

Правильна організація праці на складі має забезпечити здійснення комплексу операцій основного технологічного процесу та достатній рівень продуктивності праці кожного складського працівника. Тому на складах потрібно проводити аналіз усталеної системи організації праці на основі

дослідження існуючого технологічного процесу руху товарів та пов'язаного з ним документально-інформаційного потоку, які, власне, і визначають обсяги та трудомісткість робіт на кожному конкретному складі. Матеріали такого аналізу служать підґрунтям для розробки комплексу заходів з наукової організації праці на складі.

**Наукова організація праці складських працівників** — це планомірне здійснення комплексу організаційних, технологічних, психологічних, естетичних і санітарно-гігієнічних заходів щодо вдосконалення методів праці і поліпшення її умов, що ґрунтуються на досягненнях науки, техніки і передового досвіду і забезпечують найбільш доцільне використання робочого часу на здійснення складських операцій.

**Основними напрямками** наукової організації праці на складах є:

- > розробка та вдосконалення форм розподілу і кооперації праці складських працівників;
- > покращання організації та обслуговування робочих місць;
- > вивчення і розповсюдження передових прийомів і методів праці;
- > удосконалення нормування праці;
- > підготовка і підвищення кваліфікації кадрів;
- > створення сприятливих умов праці;
- > охорона праці і додержання техніки безпеки.

Необхідною умовою наукової організації праці є **додержання норм і правил з охорони праці і техніки безпеки**. З цією метою на складах повинні проводитися відповідні інструктажі та перевірки знань працівників. Відповідальність за стан охорони праці, додержання вимог техніки безпеки та протипожежної профілактики на складі несе завідувач складу.

### **Розділ III. Організація і технологія тарних операцій.**

#### **Тема 3.1. Організація і технологія тарних операцій у торговельно-технологічному процесі.**

##### **Програма**

37. Роль тари в організації торгово-технологічного процесу.  
Класифікація тари.
38. Організація тарообігу.

##### **Методичні вказівки**

37. Роль упаковки і тари в торговельно-технологічному процесі.

Перевезення більшості торговельних вантажів від виробників до оптових торговельних підприємств і далі — до роздрібної торгівлі — є можливими лише за умови забезпечення якісного **пакування** товарів, тобто процесу підготовки виробу (товару) до транспортування, зберігання і продажу. Пакування є складовою частиною процесу виробництва,

необхідною для того, щоб виріб (товар) був доставлений споживачу в належному вигляді. Пакування товарів здійснюється за допомогою упаковки і/або тари.

**Упаковка** — це засіб або комплекс засобів, які забезпечують захист товарів від пошкоджень та втрат, а докiлля — від забруднень, і полегшують процес обiгу товарiв.

**Тара** — це промисловий вирiб, призначений для упакування, зберiгання транспортування i реалiзацiї товарiв у сферi обiгу, який запобiгає iх пошкодженням та псуванню пiд час перевезення, виконання навантажувальної розвантажувальних робiт, складування та зберiгання.

Тара є елементом або рiзновидом упаковки. Упакування деяких видiв товарiв може здiйснюватись як у тару, так i без неї, за допомогою використання допомiжних пакувальних засобiв або пакувальних матерiалiв, якi виконують функцiї упаковки.

У процесi товарообiгу основними **функцiями тари й упаковки** товарiв є охорона товару вiд шкiдливого впливу зовнiшнього середовища i забезпечення умов для збереження кiлькостi i якостi товарiв на всьому шляху iх руху вiд виробника до споживача; > охорона зовнiшнього середовища вiд впливу упакованої продукцiї (товару); > надання товарам (вантажам) необхідної мобiльностi i створеннi умов для рацiональної органiзацiї торгово-технологiчних процесiв та застосуваннi засобiв механiзацiї; > створення необхідних умов для полегшення кiлькiсного облiку товарiв завдяки формуванню товарних одиниць за габаритами i масою. > виконання ролi носiя реклами та комерцiйної iнформацiї, призначеної для спецiалiстiв торгiвлi, працiвникiв транспорту, безпосереднiх споживачiв товарiв: ^ створення зручностей споживачам щодо придбання та використання придбаних упакованих товарiв; > забезпечення зручностей для виконання навантажувально-розвантажувальних робiт, пакування, маркування, складування, зберiгання i транспортування товарiв (вантажiв); > виконання ролi транспортного i немеханiчного обладнання оптових i роздрiбних торговельних пiдприємств; > запобiгання крадiжкам товарiв.

Крiм того, вдалий дизайн тари (упаковки) сприяє реалiзацiї товарiв; завдяки застосуванню тари суттєво подовжуються термiни зберiгання та реалiзацiї товарiв, знижуються цiни на товари завдяки зменшенню втрат пiд час iх транспортування, зберiгання i реалiзацiї, економляться пакувальнi матерiали в роздрiбнiй торгiвлi тощо.

Рiзноманiття властивостей та особливостей товарiв, рiзні умови iх транспортування, зберiгання i вiдпускання викликають необхіднiсть виробництва великої кiлькостi видiв тари, до якої належать ящики, бочки, барабани, фляги, банки, мiшки та iн.

Класифiкацiя тари проводиться за низкою ознак, основними з яких є: • функцiї в процесi обiгу; • кратнiсть використання; • стiйкiсть до зовнiшнiх механiчних впливiв; • конструкцiйнi особливостi; • призначення; • види; типи i типорозмiри; • матерiал виготовлення, • наявнiсть специфiчних властивостей; • метод виготовлення та iн.

Так, за функціями в процесі товарного обігу вирізняють споживчу, транспортну тару і тару-обладнання. **Споживча тара** — це функціонально самостійний виріб, який містить раціональний за обсягом використання споживчий запас, забезпечує безпосередній захист його кількості та якості протягом необхідного часу і становить єдину з запасом товару вартість. Споживча тара — це тара, в яку розфасовують товари для доставки і продажу споживачам, вартість якої звичайно включається в його ціну. Споживча тара має бути зручною, легкою, дешевою, красивою, надавати вичерпну інформацію про товар. Найпоширенішими видами споживчої тари є коробки, пляшки, банки, флакони, пакети.

**Транспортна тара** — це самостійна транспортна одиниця, в яку затарюють різноманітні товари, упаковані або неупаковані в споживчу тару. У транспортній тарі товари перевозять і зберігають у процесі їх руху від виробництва до споживання, але не реалізують покупцям. Вартість транспортної тари включається у вартість товару лише частково. До транспортної тари належать ящики, бочки, мішки, фляги тощо.

**Тара-обладнання** — це технічний засіб, призначений для укладання, транспортування, зберігання і продажу з нього населенню товарів за методом самообслуговування, який відповідає стандартам або технічним умовам, затвердженим у встановленому порядку.

За **кратністю використання** тара ділиться на **багатооборотну і тару разового використання**. **Багатооборотна тара** призначена для багаторазового використання її при постачанні товарів. Цю тару періодично ремонтують на тароремонтних підприємствах і повертають постачальникам-виробникам продукції. Різновидом багатооборотної тари є **інвентарна** (виробнича) тара, котра належить конкретному підприємству, зазначена його тавром, інвентарним номером і підлягає поверненню даному підприємству. **Тара разового використання** після реалізації упакованих у неї товарів утилізується.

За **призначенням тару** поділяють на універсальну і спеціалізовану (для упакування однієї певної групи товарів).

За **видами** заведено виділяти групи тари, які різняться між собою геометричними формами, — **ящики, пляшки, бочки, пакети, туби** та ін.

У межах окремих видів тари з урахуванням її конструкції та матеріалу виготовлення виділяють окремі **типи тари**, а в межах цих типів, у свою чергу, з урахуванням габаритів тари виділяють **типорозміри** тари.

За **матеріалом виготовлення** тара поділяється на: дерев'яну, картонну, паперову, текстильну, металеву, скляну, керамічну, полімерну, комбіновану.

Найбільш розповсюдженою на сьогодні є дерев'яна тара: дерев'яні ящики, бочки, барабани, клітки, решітки, різноманітні за формою і місткістю. Дерев'яна тара відрізняється високою міцністю та стійкістю до зношення, її недоліком є порівняно висока маса тари.

**Дерев'яні ящики** можуть виготовлятися з дощок, фанери, а також з комбінацій цих матеріалів; вони бувають з кришкою та без неї. Дерев'яні ящики складаються з дна, двох головок, двох боковин і кришки, які

закріплюються на з'єднувальних планках залізними кутниками або дротом і цвяхами. Для упакування більшості продовольчих та непродовольчих товарів (у первинній упаковці чи насипом) використовуються дерев'яні ящики із суцільними боковинами найрізноманітніших конструкцій; для упакування овочів, фруктів — решітчасті ящики. Дерев'яні ящики різняться за конструкцією (нерозбірні, розбірні, складані), розмірами, призначенням (для овочів, фруктів, ягід, кондитерських виробів, виробів рибної промисловості тощо) і застосовуються для зберігання і транспортування товарів масою до 200 кг.

**Дерев'яні і фанерно-штамповані бочки** використовуються для упакування багатьох продовольчих товарів завдяки високій стійкості до механічних навантажень, поштовхів, ударів, зручності переміщення та штабелювання. За призначенням вирізняють бочки залівні (для затарювання вина, пива, коньяку, соків, інших рідин та напіврідких товарів) та сухотарні (для насипних і твердих товарів). Для затарювання хімічних продуктів (терті фарби, пігменти, барвники) і насипних продтоварів (яєчний та молочний порошки) використовуються також дерев'яні і фанерні барабани.

Дерев'яна тара, як правило, є багатооборотною і підлягає обов'язковому поверненню.

**Паперова і картонна тара** (ящики, коробки, пакети, мішки) дуже широко використовується в торгівлі розвинутих країн, витісняючи насамперед дерев'яну тару. Вона містка, стійка до стискання, вібрацій та ударів, легка, дешевша від дерев'яної, забезпечує герметичність та ізоtermічність усередині тари; процес виробництва паперової та картонної тари характеризується високим рівнем механізації та автоматизації, а після використання така тара легко піддається повторній переробці.

**Картонні ящики** виготовляють, як правило, з 3-, 4- або 6-шарового гофрованого картону, **картонні коробки** — з пресованого картону.

Для упакування насипних товарів застосовують бітумовані, дубльовані або вологостійкі **паперові мішки**, які за способами виготовлення бувають зшиті і склеєні, з відкритою або закритою (з клапаном) горловиною. Бітумовані (оброблені спецро-зчинами) паперові мішки називаються крафт-мішками. Максимальна маса продукції, яка може упакуватися в паперовий мішок, — 50 кг. **Пакети** виготовляють зі спеціального пакувального паперу.

**Текстильна тара** включає мішки, виготовлені з лляної, напівлляної, бавовняної, комбінованої (лляно-джутової, лляно-джуто-кенафної) тканини, а також пакувальної тканини. Для текстильної тари характерними є низький коефіцієнт маси тари, достатня міцність, можливість застосування для упакування широкого асортименту насипних і навальних товарів. У торгівлю **тканинні мішки** надходять з різними насипними і навальними продовольчими товарами: для перевезення зернових і насипних продтоварів застосовуються **продуктові тканинні мішки**, цукру — лляно-джуто-кенафні (т. зв. «цукрові») мішки; для перевезення овочевої продукції та картоплі — **сітчасті тканинні мішки**. При цьому використовуються мішки звичайної та підвищеної міцності; вирізняють мішки ємністю 50, 100 кг та маломірні.

**Пакувальні тканини** застосовуються для пакування швейних, трикотажних, килимових виробів, тканин.

**Металева тара** — бочки, бідони, барабани, фляги, каністри, банки з листової сталі, спеціальної жерсті, алюмінію — використовуються для перевезення і зберігання товарів зі специфічними властивостями — рідких, летких, вогненебезпечних. Металева тара характеризується високою механічною міцністю, герметичністю, термостійкістю, довговічністю, економічністю і великою вантажопідйомністю. Для запобігання взаємодії тари з харчовими продуктами її внутрішню поверхню покривають спеціальними лаками або нейтральними металами.

**Скляна тара** — банки, пляшки, балони, флакони різних форм і місткості, які використовуються для пакування продукції косметичної, хімічної, харчової промисловості. Вадою скляної тари є її нестійкість до механічних впливів і потреба в наявності жорсткої транспортної тари й м'яких пакувальних матеріалів при перевезенні. Переважна більшість різновидів скляної тари належить до споживчої тари; проте окремі її види вважаються багатооборотною тарою і підлягають збиранню та поверненню постачальникам.

**Керамічна тара** (пляшки, банки, балони, флакони оригінальної форми) використовується для певних лікєро-горілочаних виробів, парфумерно-косметичної продукції, деяких кислот тощо.

**Полімерна тара** — ящики, мішки, бочки, пакети, коробки, туби, каністри — характеризується міцністю, відсутністю постійних деформацій, хімічною стійкістю, легкістю, здатністю зафарбовуватися в будь-який колір. Для її виробництва застосовуються поліетилен (зокрема для виготовлення ящиків, бочок, лотків, мішків), полістирол, полівінілхлорид, целофан, інші синтетичні матеріали, які забезпечують надійний захист упакованих товарів. Найбільш перспективним матеріалом для виробництва полімерної тари вважається поліпропілен.

**Комбінована тара** виготовляється шляхом поєднання різних матеріалів (полімерні матеріали, метал, фольга, тканина, дерево та ін.) з метою отримання довговічних, міцних і зручних в обігу виробів.

**За конструкційними особливостями** тару поділяють на нерозбірну, розбірну, складану, розбірно-складану, суцільну, решітчасту, відкриту і закриту, а також саморуйнівну.

**За стійкістю до зовнішніх механічних впливів** тара поділяється на жорстку (дерев'яні і металічні ящики і бочки, скляна тара), напівжорстку (картонна тара), м'яку (паперова, текстильна тара).

Тару класифікують також **за наявністю специфічних властивостей**: ізотермічна, ізобарична, герметична, пилонепроникна, вологонепроникна, тара для аерозолів, ароматизована, їстівна, тара-іграшка, подарункова тара (тара-сувенір) тощо; **за методом виготовлення** — лита, штампована, бондарна, клеєна, виготовлена литтям під тиском тощо.

#### **Вимоги та якість тари**

Однією з основних ознак класифікації тари є її **якість**.

Висока витратність виробництва тари обумовлює необхідність раціональної організації тарного господарства, що пов'язано з необхідністю економного витрачання тари та пакувальних засобів і матеріалів, виробництва і застосування нових, менш матеріаломістких та економічніших видів тари і правильною організацією тарообігу. При цьому тара має вироблятися з урахуванням фізико-хімічних, біологічних та мікробіологічних властивостей упакуваних у неї товарів, а також відповідати технічним, економічним, санітарно-гігієнічним та естетичним вимогам.

**Технічні (або експлуатаційні) вимоги** до тари передбачають, що конструкція і матеріал тари мають відповідати габаритам, агрегатному стану і властивостям товарів, розміщених у ній; вона повинна бути міцною, надійною, забезпечувати захист товарів від пошкоджень під час перевезення і зберігання, характеризуватися простотою розкривання та закривання. Конкретні технічні вимоги до тари передбачаються в стандартах.

**Економічні вимоги до тари** пов'язані з тим, що тара повинна бути недорогою у виготовленні та експлуатації, компактною, зручною для транспортування як з товаром, так і в порожньому вигляді; вона повинна виготовлятися з уніфікованих деталей, дозволяти багаторазове використання, мати низький коефіцієнт власної маси.

**Санітарно-гігієнічні вимоги до тари** передбачають простоту і надійність санітарної обробки тари.

**Естетичні вимоги до тари** визначають необхідність виразного художнього оформлення тари, яка повинна сприяти відображенню властивостей товару і доповнювати інтер'єр торговельного підприємства. Тому застосовувана тара повинна мати привабливий зовнішній вигляд, а її форма, кольористична гама, тексти і рисунки на ній повинні відповідати естетичним смакам споживачів.

Загалом вимоги до тари залежать від таких **чинників**, як вид товару, його маса та розміри, форма, конструкція, а також умови поводження з даним вантажем під час його транспортування, зберігання, навантажувально-розвантажувальних робіт. Види тари і упаковки, які повинні використовуватися для упакування конкретних товарів, визначаються в стандартах, технічних умовах, іншій нормативно-технічній документації на дані товари. Особливо жорсткими є вимоги щодо тари та упаковки для перевезення та зберігання небезпечних вантажів.

Різноманітні фізико-хімічні властивості товарів, розмір і умови транспортування затарених товарів обумовлюють різноманіття використовуваної тари, упорядкування якої забезпечується її стандартизацією.

Усі стандарти на тару поділяються на **нормативні і предметні**.

**Стандартизація тари** — це встановлення вимог і норм до тари способом розробки та затвердження відповідних стандартів. Стандартизація тари передбачає створення найбільш раціональних за матеріалом виготовлення, конструктивними особливостями, розмірами, формою, масою та місткістю типів тари, а також встановлення загальних технічних вимог до



тари, правил її приймання, маркування, транспортування і зберігання.

**Нормативні** стандарти формулюють загальні технічні вимоги до тари, визначають її типи та основні параметри, методи випробування. **Предметні** стандарти на тару розробляються на основі нормативних стандартів для тари, призначеної для упакування конкретних видів товарів і передбачають: > найменування і призначення даного виду тари; > типи тари та її конструктивні особливості; > кількість виготовлених номерів тари (номенклатура) залежно від зовнішніх і внутрішніх розмірів (довжина, ширина, висота); > технічні вимоги, що висуваються до тари; ^ маркування і зовнішній вигляд тари.

Якість тари, яка перебуває в обігу, визначається на основі вимог чинних Правил застосування, обігу і повернення засобів упакування багаторазового використання в Україні та Правил повторного використання дерев'яної, картонної тари та паперових мішків в Україні. Так, **тканинні мішки з-під цукру та тканинні продуктові мішки** вітчизняного виробництва або імпортні поділяються за якістю на такі категорії: категорія — мішки нові вітчизняні чи імпортні, а також ті, що були в користуванні, сухі, непрілі, без латок, шток і дір; II категорія — мішки, що були в користуванні, сухі, непрілі, що потребують не більше ніж 3 латки чи заштопаних місця; III категорія — мішки, що були в користуванні, сухі, непрілі, які мають не більше ніж 5 латок чи заштопаних місць. Мішки, в яких кількість дефектів перевищує допустиму для III категорії, належать до тароматеріалів.

Важливе значення для організації товарного обігу мають показники транспортельності тари, до яких відносять коефіцієнт складування та коефіцієнт пакування.

Коефіцієнт складування показує рівень використання складських приміщень і транспортних засобів і визначається за формулою:

$$K_{\text{скл}} = \frac{V_{\text{т.с}}}{V_{\text{т.г}}},$$

де  $V_{\text{т.с}}$  — об'єм тари у складеному вигляді,  $\text{м}^3$ ;  $V_{\text{т.г}}$  — габаритний об'єм тари,  $\text{м}^3$ .

Коефіцієнт пакування характеризує рівень використання площі піддона для пакування вантажів і розраховується за формулою:

$$K_{\text{пак}} = \frac{S_{\text{т}}}{S_{\text{п}}},$$

де  $S_{\text{т}}$  — площа піддона, зайнята тарою,  $\text{м}^2$ ;  $S_{\text{п}}$  — загальна площа піддона,  $\text{м}^2$ .

Варто зауважити, що категорія якості визначає можливості використання мішків для упакування тих чи інших продуктів. Так, мішки I—III категорій дозволено використовувати для упакування всіх видів промислової продукції, мішки I—II категорій — для упакування цукру, борошна всіх гатунків, крупи і сортового насіння сільськогосподарських культур, а III категорії — для упакування борошна, крупи крім рису, пшона, манної крупи та бобових), зерна, сортового насіння сільськогосподарських культур, рядового насіння олійних культур, насіння трав, комбікормів тощо. Для упакування цукру дозволяється повторно використовувати лише мішки з-під цукру.

**Сітчасті мішки** з-під картоплі й овочів поділяються за якістю на такі категорії: • категорія — мішки нові, а також ті, що були в користуванні, сухі, непрані, без латок, штопок і дірок; II категорія — мішки сухі, непрані, що потребують не більше ніж 3 латки або штопок не більше ніж у 3 місцях.

**Зворотні дерев'яні ящики** (дощаті, комбіновані, фанерні, з ДВП) за якістю поділяються на такі категорії:

а) **ящики дерев'яні, що потребують ремонту**, — ящики, які були в користуванні і мають такі пошкодження: > розхитаність; > ламані або ж відсутні дощечки чи планки в кількості до 4 на одному ящику, за винятком вертикальних дощок; > брак двох дощечок, передбачених замість кришки; > пошкодження металевих кріплень не в місцях відкривання ящиків;

б) **ящики дерев'яні відремонтовані**. У відремонтованих ящиках мають бути ліквідовані пошкодження, що зазначені в п. а. У них допустимі відхилення від

НТД на їх виготовлення, що не впливають на якість і зберігання запакованої продукції.

**Зворотні дерев'яні бочки** за якістю поділяються на категорії:

а) **бочки, що потребують ремонту**: до цієї категорії належать бочки дерев'яні, в яких є одне з таких пошкоджень: > ламані, у кількості до двох, деталі основи бочки; > пошкодження уторного пазу;

б) **бочки дерев'яні відремонтовані** — ліквідовані пошкодження, що зазначені в п. а. У них допускаються такі відхилення: > деформація окремих деталей основи і дна, якщо це не впливає на їх герметизацію; > прирізка бочок до меншої місткості, що передбачена стандартами; > використання сталевих обручів, що були в користуванні; > поверхнева корозія обручів. На відремонтованій дерев'яній тарі тарне підприємство має ставити свій штамп.

**Дерев'яним тароматеріалом** вважається: — обшивка, обрешітка, опалубка, а також дерев'яні ящики виготовлені за ТУ; дерев'яні ящики і бочки, що мають пошкодження більші, ніж передбачені вище; деталі дерев'яних бочок.

**Картонні ящики**, що були в користуванні, за якістю поділяються на:

а) **ящики, що потребують ремонту**: картонні ящики з цілими деталями, в яких є деформація двох боків до 15 % їх площі без пошкодження клапанів; допускається наявність 2 наскрізних пошкоджень до 3 см.

б) **ящики відремонтовані**: картонні ящики з цілими деталями, в яких є деформація 2 боків до 15 % їх площі; заклеєні наскрізні дірки.

**Картонні тароматеріали** — картонні ящики, що мають більші пошкодження ніж передбачено вище.

**Паперові мішки** поділяються за якістю на мішки I і II категорії, а також таро-матеріали.

Одним з напрямків стандартизації тари є її уніфікація.

**Уніфікація тари** — це процес приведення всього різноманіття видів, форм розмірів до обмеженої кількості найбільш раціональних типорозмірів, закріплених за певними товарними групами. Тара уніфікується на основі єдиного модулі — стандартного європіддону розмірами 800x1200 мм. При

цьому на основі єдиного модуля створюється єдина система тари, підйомно-транспортного ладнання, інших засобів механізації, транспортних засобів і обладнання для зберігання товарів Завданням стандартизації та уніфікації тари є не тільки послідовне обмеження кількості типорозмірів тари, але й уніфікація деталей та форматів тарних матеріалів, таровиготовлюючих і фасувально-пакувальних машин.

У процесі стандартизації встановлюються також вимоги і порядок маркування та клеймування тари. Маркування має відображати: назву підприємства-виробника або його товарний знак, а також вказувати стандарт або інший нормативно-технічний документ, відповідно до якого виготовлена тара. На багатооборотну тару; повинен наноситись напис «Багатооборотна». Крім тарного маркування в процесі руху тари з товаром на неї може наноситись також інформація товарного, відправницького, залізнично-вантажного, спеціального, міжнародного маркування (зокрема маніпуляційні знаки, знаки безпеки тощо).

Маркування, яке характеризує тару (крім мішків), виробник зобов'язаний нанести:

- на ящиках — у лівому верхньому куті торцевої стінки;
- на бочках і барабанах — на одному з днищ, вільному від маркування, котре характеризує вантаж (за згодою зі споживачем маркування може наноситись на обечайку);
- на флягах і балонах — на дні.

Особливі вимоги та порядок передбачені щодо маркування тканинних мішків. Нові мішки обов'язково повинні мати клеймо фарбою, що не змивається, у вигляді штампа розміром 75 x 35 мм фарбою, що не змивається. Штамп ставлять посередині мішка на відстані 35—40 см від краю горловини. На штампі зліва проставляються букви, що означають назву матеріалу мішка, а далі цифри «1», «2», «3», які означають категорію мішка і послідовно погашаються в міру зниження якості тари. Категорія мішка визначається за останньою цифрою штампа (яка не зафарбована). Клеймування мішків з-під цукру не проводиться, натомість до мішка повинен прикріплюватися відповідний ярлик.

Певні особливості, встановлені чинним в Україні законодавством, має маркування споживчої тари з продуктами харчування: відповідно до нього товар (вітчизняного або іноземного виробництва), який реалізується в роздрібній торгівлі, має містити на упаковці інформацію, викладену з доступній для сприйняття формі українською мовою, та відомості про: загальну назву харчового продукту; масу (об'єм); склад, в тому числі перелік використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок, барвників тощо; калорійність; дату виготовлення; термін споживання; умови зберігання; найменування та адресу виробника.

У торговельній практиці активно розповсюджується такий спосіб маркування товарів, як штрихове кодування товарів, якому відповідно до вимог Положення про штрихове кодування товарів», розробленого МЗЕЗіТ України, підлягають товари, що виробляються суб'єктами підприємницької

діяльності та реалізуються через оптову та роздрібну торговельну мережу. **Штрихове кодування** — сукупність даних, поданих у вигляді штрихового коду та інших елементів, призначених для автоматичної ідентифікації товарів. Штрихові коди наносяться на етикетку, яка приклеюється безпосередньо до розваженого товару, на його упаковку (споживчу тару) та на транспортну тару (останній варіант, при якому характеризується цілий вантажний пакет з товаром одного найменування, є особливо ефективним з погляду підприємств оптової торгівлі).

38. Підприємства торгівлі в процесі своєї основної діяльності виконують значні обсяги робіт з тарою, що охоплюють операції, пов'язані з прийманням тари за кількістю та якістю, її розкриванням та звільненням з-під товарів у міру їх реалізації, тимчасовим зберіганням та нагромадженням до обсягів транспортної партії для повернення постачальникам, вивезенням і здаванням на тарозбиральні підприємства або поверненням постачальникам товарів, документальним оформленням цих операцій тощо. Комплекс операцій, пов'язаних із прийманням тари в торговельному підприємстві, її розкриванням і вивільненням з-під товару, приведенням тари в порядок, організацією правильного зберігання і вчасного повернення, називають **тарообігом**.

Основні положення щодо обігу тари визначаються за згодою сторін у положеннях конкретного договору поставки товарів (контракту, угоди купівлі-продажу товарів тощо), котрий укладається між продавцем і покупцем. У цьому документі визначається вид тари, в якій повинен постачатися товар, ціна одиниці тари, порядок повернення, робиться посилання на стандарти чи ТУ, яким повинна відповідати тара, додаткові вимоги щодо якості тари тощо. Поряд з цим порядок обігу окремих видів тари регламентується низкою нормативних документів, зокрема, Правилами застосування, обігу і повернення засобів упаковки багаторазового використання (ЗУБВ) в Україні, Правилами повторного використання дерев'яної, картонної тари та паперових мішків в Україні, Інструкціями про порядок приймання продукції матеріально-технічного призначення і товарів народного споживання за кількістю та про порядок приймання продукції матеріально-технічного призначення і товарів народного споживання за якістю, Правилами скупки у населення скляної тари з-під харчових продуктів тощо. Ціни на тару встановлюються у прейскурантах цін на окремі види тари, котрі періодично переглядаються органами виконавчої влади або ж затверджуються в договірному порядку.

Згідно з цими документами в підприємствах торгівлі (на складах і в магазинах) під час приймання продукції (товарів) одночасно перевіряється кількісний і якісний стан тари, правильність її клеймування, відповідність стандартам, ТУ, прейскурантам. Приймання тари за кількістю та якістю повинні здійснювати матеріально відповідальні особи підприємства — одержувача, на яких покладені обов'язки з оприбуткування тари та її обліку.

Постачальники в рахунках на оплату товарів зобов'язані окремим

рядком виділяти кількість тари і її вартість. Матеріально відповідальні особи на основі супровідних документів (рахунків, рахунків-фактур, накладних та ін.), в яких обов'язково вказується кількість, ціна і вартість тари, повинні перевірити кількість тари, що надійшла з товаром. Під час приймання тари за якістю повинні перевірятися: відповідність тари вимогам стандартів, ТУ чи умовам договору; відповідність фактичне якості тари якості, вказаній в супровідних документах; правильність маркування; правильність цін, їх відповідність цінам, передбаченим у договорі на постачати товару.

У разі виникнення розбіжностей у кількості тари або виявлення тари неналежне якості одержувач товару зобов'язаний скласти відповідний акт, який служить підставою для висунення претензії постачальникові і стягнення з нього штрафних санкцій. При отриманні товарів з тарою від органів транспорту підприємство торгівлі м разі виявлення неналежної якості тари (наприклад підмочування, пошкодження, забруднення мішків) повинен вимагати складення комерційного акта відповідно лм Правил, чинних на залізничному чи водному транспорті.

Важливе значення має дотримання встановлених правил відкривання, коротко-термінового зберігання тари в підприємствах торгівлі (в магазинах чи на складах та завершення процесу її обігу в торгівлі.

**Тара разового використання** після її розкривання і звільнення з-під товарів має утилізуватися. Так, паперова та картонна тара повинна використовуватися як макулатура; відходи дерев'яної тари доцільно спрямувати для ремонту тари, яка його потребує, тощо.

**Зворотна (інвентарна) тара**, що є власністю конкретного підприємства-виробника товарів, повинна повертатися йому незалежно від того, був товар отриманий безпосередньо від виробника чи від оптового посередника.

Завершення процесу обігу **тари багаторазового використання** в торгівлі пов'язане з організацією повернення тари тароремонтним підприємствам концерну Укртара або підприємствам-постачальникам товарів. Нині ці процеси регламентуються двома основними документами: 1) Правила застосування, обігу і повернення засобів упаковки багаторазового використання в Україні; 2) Правила повторного використання дерев'яної і картонної тари та паперових мішків в Україні.

Так, Правила застосування, обігу і повернення засобів упаковки багаторазового використання в Україні передбачають договірний порядок організації збирання і повернення засобів упаковки багаторазового використання (далі — ЗУ-БВ), до яких належать тара багаторазового використання, допоміжні пакувальні засоби і пакувальні тканини, тара-обладнання, спеціалізовані контейнери, а також універсальні контейнери, що належать окремим підприємствам та організаціям. Виходячи з цього після звільнення від продукції і товарів усі види ЗУБВ підлягають обов'язковому поверненню, якщо інше не передбачене зазначеними Правилами або договором.

Правила застосування, обігу і повернення ЗУБВ в Україні

передбачають 30-денний строк повернення ЗУБВ, якщо інше не передбачено спеціальними нормами. Розрахунок строків повернення тари проводиться з дня одержання продукції (товарів) у ЗУБВ від органу транспорту або з часу приймання її на складі відправника чи на складі одержувача. Днем повернення ЗУБВ вважається день здавання їх органу транспорту, що визначається за датою приймально-здавального акта чи розписки про одержання ЗУБВ.

Повернення ЗУБВ здійснюється за рахунок одержувача тари; при поверненні ЗУБВ в супровідних документах повинні вказуватися кількість і тип цих засобів, а також номер сертифіката, за яким здійснюється їх повернення. Такий Сертифікат на засоби упаковки багаторазового використання, що відправлені з продукцією (товарами) кожен відправник зобов'язаний виписувати у двох примірниках, один з них направляється одержувачеві рекомендованим листом протягом 2 днів після Вивантаження продукції (товарів). Якщо розрахунки проводяться не безпосередньо Ніж відправником і одержувачем товарів, то додаткова копія сертифіката направляються платникові.

Засоби упаковки багаторазового використання повинні повертатись у стані, придатному для їх повторного використання, комплектними, очищеними від залишків продукції. При цьому Правилами встановлюються часткові терміни повернення ЗУБВ та регламентується процент повернення окремих видів тари, якщо інше не визначено в договорі сторін.

У разі необґрунтованої відмови постачальника від вивезення або приймання повернутих йому ЗУБВ товародержувач не несе відповідальності за прострочення повернення відповідної кількості цих засобів і має право на відшкодування завданих збитків. Факт відмови від вивезення або приймання ЗУБВ повинен бути оформлений відповідним актом або позначкою в транспортному документі.

Правилами застосування, обігу і повернення ЗУБВ в Україні встановлюються **якісні вимоги** до стану тари окремих видів, розглянуті в підрозд. 11.3, на основі яких визначаються розміри оплати ЗУБВ, якщо вона передбачена цими ж Правилами.

**Оплата ЗУБВ** у разі повернення її підприємству-постачальнику може передбачатись як на умовах відшкодування здавачеві оплачених сум заставної вартості тари, так і з урахуванням якісного стану тари. Так, **при отриманні** з продукцією (товарами) оплата **тканинних мішків** проводиться відповідно до їх якісного стану в таких розмірах: «мішки I категорії— 100% ціни придбання мішків I категорії; • II категорії — 80 % ціни придбання мішків I категорії; • III категорії — 60 % ціни придбання мішків категорії.

Наприклад, одержувачі продукції і товарів у тканинних мішках, зобов'язані забезпечити повернення мішків у такі строки:

**З-під цукру** — 20 днів при поставках цукру в межах одного населеного пункту; 45 днів — при міжміських поставках; 90 днів - при зустрічній торгівлі цукром.

**З-під хлібопродуктів:**

а) організаціями споживчої кооперації мішки, що звільнилися, повертаються двічі на місяць не пізніше 15 числа і останнього дня поточного місяця; при цьому у перший строк повертаються мішки у кількості 40 % від місячного надходження мішків;

б) організаціями державної, приватної торгівлі і громадського харчування при поставках продуктів у межах одного міста мішки повинні повертатись один раз на декаду 10, 20 числа і останнього дня місяця: в перші дві декади повертається по 30 % місячного надходження мішків і останнього дня місяця — 40 %; при поставках хлібопродуктів з інших населених пунктів мішки повинні повертатися 2 рази на місяць не пізніше ніж 15 числа і останнього дня поточного місяця, при цьому за перший раз має бути повернуто не менше ніж 45 % мішків. Процент повернення мішків окремих категорій визначається у договорах на поставку товарів.

**Сітчасті мішки** з-під картоплі та овочів підлягають поверненню протягом 3 місяців у кількості 80 % від кількості, що надійшла з продукцією.

Подібні норми встановлені і для інших видів ЗУБВ.

Цими ж Правилами щодо тканинних мішків дозволено **погашати заборгованість повернення мішків протягом 5 днів** після взаємоперевірки розрахунків або ж при одержанні повідомлення про наявність заборгованості.

**При поверненні мішків** вони оплачуються в такому самому розмірі, але з врахуванням того, що Правилами встановлені норми зниження вартості тканинне мішків на ремонт і обробку від ціни придбання у таких розмірах: на обробку-2%, на ремонт — 4%, або ж ці норми визначаються за домовленістю сторін.

Значна частина ЗУБВ, зокрема спеціальні контейнери, тара-обладнання, засоби пакування, засоби упаковки окремих видів продукції виробничого призначення тощо, оплаті не підлягає, а їх обіг здійснюється на умовах рівного терміну або термінового повернення.

**Матеріальна відповідальність** сторін за дотримання встановленого порядку обігу тари та додержання своїх зобов'язань визначається в договорах поставки. За прострочення повернення засобів упаковки багаторазового використання до 15 днів покупець сплачує постачальнику штраф у розмірі 150 % ціни придбання цих засобів, більше від 15 днів — 300 % з урахуванням раніше знятого штрафу.

У разі втрати засобів упаковки багаторазового використання крім штрафу сплачується її вартість. У разі пошкодження ЗУБВ винна сторона ремонтує їх за власні кошти або ж сплачує вартість ремонту іншій установі.

За відмову від приймання ЗУБВ постачальник продукції або товарів сплачує товародавачу штраф 300% ціни придбання тари. За поставку всупереч вимогам стандартів, ТУ чи договору продукції без тари чи упаковки або без застосування засобів пакування у тих випадках, коли це передбачено, винна сторона повинна сплатити штраф у розмірі 5 % від вартості такої продукції.

Відповідно до вимог **Правил повторного використання дерев'яної, картонної тари та паперових мішків** організація обігу та повторного

використання цієї тари покладена на тарні підприємства державного концерну «Укртара». У зв'язку з цим усі торговельні підприємства-одержувачі такої тари зобов'язані укласти договори з тарними підприємствами концерну «Укртара» про повторне використання дерев'яної, картонної тари та паперових мішків, що надходить до них з продукцією і товарами, зазначаючи у них інформацію про кількість тари і паперових мішків, що використовуються підприємством, і кількість тари і паперових мішків, що підлягають здачі на тарне підприємство. Разом з тим здача дерев'яної, картонної тари та паперових мішків вітчизняного та імпортного виробництва може проводитися без обов'язкового укладання договорів. — Тарні підприємства зобов'язані приймати дерев'яну, картонну тару та паперові мішки незалежно від відомчої підлеглості та форм власності тароздавачів.

Правилами передбачено, що ця тара підлягає поверненню у стані, придатному для повторного використання, в такій кількості: дерев'яна — не менше від 85%. картонна — не менше від 75 % при поставках продукції і товарів в межах одного міста, не менше від 65% при поставках з інших населених пунктів (у сільській місцевості — не менше від 60%), паперові мішки — не менше від 60 %. Решта тари, що не придатна до ремонту і повторного використання, підлягає обов'язковій здачі на тарні підприємства як тароматеріали.

Працівники підприємств-тароздавачів зобов'язані забезпечувати правильне відкривання і збереження дерев'яної і картонної тари, а також підготовку її до повернення на тарні підприємства з додержанням відповідних правил і технології.

Дерев'яна, картонна тара і паперові мішки здаються на тарні підприємства в міру їх вивільнення з-під товарів у тароздавачів і нагромадження до норми завантаження на автомашину, контейнер, вагон, але не пізніше ніж через 30 днів з дня надходження продукції і товарів (з-під свіжої плодоовочевої продукції — через 10 днів). Вивезення тари здійснюється спеціальними автомобілями-таровозами або ж транспортними засобами загального призначення. Вивезення тари може також здійснюватись автомобілями, які завозять товари на торговельне підприємство від постачальників у порядку ЦЗТ, зворотним рейсом.

На підготовлену до вивезення тару виписується видаткова накладна, яка разом з врою передається водієві автомобіля або експедиторові. Документом, який підтверджує вивезення тари від тароздавального, є товарно-транспортна накладна.

**Транспортні витрати** на здавання, повернення дерев'яної, картонної тари та паперових мішків на відстань до 40 км відносяться на рахунок тароздавального, а понад 40 км — розподіляються порівну між тароздавальником і тароодержувачем.

Чинними Правилами передбачені також порядок і розміри **матеріальної відповідальності сторін** за порушення їх вимог. За прострочення повернення (здачі) дерев'яної, картонної тари чи паперових



мішків до 15 днів підприємство-тароздавач зобов'язаний сплатити тарному підприємству штраф у розмірі 150 % ціни їх придбання, більше від 15 днів — 300 % (з урахуванням раніше знятого штрафу). Тароздавачам надається пільговий строк — 5 днів для здачі тари, що заборгована. Якщо протягом цього строку заборгована тара буде здана на тарне підприємство, то штраф з тароздавача не стягується; факт погашення заборгованості по тарі повинен бути підтверджений документально.

Тарні підприємства приймають дерев'яну, картонну тару і паперові мішки з урахуванням якісного стану тари за **категоріями якості**, що враховується при їх оплаті.

За відмову від приймання тари **тарне підприємство** сплачує тароздавачу штраф у розмірі 150% вартості неприйнятої тари (якщо тара не приймається більше від 15 днів, штраф стягується в розмірі 300% вартості неприйнятої тари).

Для забезпечення належного порядку організації робіт з обігу та повернення тари (як ЗУБВ, так і дерев'яної, картонної тари і паперових мішків) чинними Правилами передбачене матеріальне стимулювання працівників підприємств-тароздавачів, яке проводиться за рахунок відрахувань від сум, одержаних від здачі тари.

Оплата тари при отриманні її під продукцією і товарами здійснюється в таких розмірах: дерев'яна тара — 40% від вільної ціни нової тари, картонна тара — 20% вільної ціни нової тари, паперові мішки для харчових продуктів — 10% вільної ціни незалежно від того, у нову чи поворотну тару упакована продукція і товари. Решта вартості тари відноситься на собівартість упакованої продукції.

Під час повернення такої поворотної тари на тарне підприємство її оплата проводиться тароодержувачем у таких розмірах:

1) у стані, що потребує ремонту: дерев'яної ящикової тари — у розмірі 40 % вільної ціни із застосуванням підвищувального коефіцієнта 1,2; дерев'яних бочок — 40 % вільної ціни із застосуванням підвищувального коефіцієнта 1,3; картонної тари — у розмірі 20 % вільної ціни із застосуванням підвищувального коефіцієнта 1,5; паперових мішків — 10 % вільної ціни із застосуванням підвищувального коефіцієнта 1,5;

2) оплата відремонтованої дерев'яної, картонної тари та паперових мішків має проводитися в межах ціни нової тари в розмірі, не меншому за 80—95 % вільної ціни (конкретний розмір повинен передбачатися в договорі сторін);

3) дерев'яні і картонні тароматеріали, що були в користуванні, оплачуються за домовленістю сторін.

Важливу роль в організації тарообігу можуть відігравати тарні склади торговельних підприємств, які займаються збиранням різних видів поворотної тари, її ремонтом, виготовленням нової тари, переробкою непридатної або нестандартної тари, здаванням відремонтованої тари на тарозбиральні або виробничі підприємств Вони можуть мати власний автотранспорт і організувати централізоване вивезення тари від оптових

покупців товарів, що сприяє економії витрат з повернене тари.

## **Розділ ІУ. Організація перевезення вантажів.**

### **Тема 4. 1. Характеристика видів транспортних засобів, що використовуються в торгівлі та умови їх ефективного використання.**

#### **Програма**

39. Роль транспорту в розвитку торгівлі. Організація перевезень вантажу залізничним транспортом.
40. Організація перевезень вантажів автомобільним транспортом.

#### **Методичні вказівки**

39. Транспортом у вузькому розумінні заведено вважати сукупність технічних засобів, призначених для просторового переміщення продукції та матеріалів; у більш широкому розумінні **транспорт** — це одна з галузей виробничої сфери народного господарства, котра тісно взаємодіє з усіма його галузями щодо фізичного переміщення сировини, матеріалів, готової продукції і виконує роль сполучної ланки, що забезпечує неперервність процесів матеріального виробництва.

Усі питання, пов'язані з діяльністю транспорту в Україні, регулюються Законом України «Про транспорт», «Про залізничний транспорт», «Про дорожній рух». «Про трубопровідний транспорт» тощо.

Завдяки створенню єдиної транспортної системи в Україні транспорт забезпечує зв'язок між територіально віддаленими районами виробництва і районами споживання, і тому відіграє суттєву роль у забезпеченні функціонування підприємств сфери торгівлі, громадського харчування і послуг. Ритмічна і вчасна доставка товарів сприяє рівномірній роботі підприємств торгівлі, зниженню рівня товарних запасів і скороченню витрат підприємств торгівлі.

Особливості техніко-експлуатаційних характеристик окремих видів транспорту обумовлюють доцільність їх застосування у здійсненні різних етапів транспортування продукції, зокрема:

- залізничним транспортом рекомендується послуговуватися переважно для дальніх і масових перевезень практично всіх видів продукції і товарів народного споживання;

> морським транспортом — переважно для перевезень різноманітних вантажів — об'єктів міжнародних економічних операцій з експорту-імпорту товарів, вивезення риби і рибопродуктів з місць їх лову, а також для міжнародних масових перевезень насипних і наливних вантажів;

> річковим транспортом — для забезпечення масових перевезень вантажів по основних водних магістралях, якщо не потрібні швидкі терміни доставки;

> авіаційним транспортом — для здійснення термінових перевезень вантажів, особливо у важкодоступні райони;

> автомобільним транспортом — на різних етапах транспортування і, як правило, на короткі відстані;

> трубопровідним транспортом — для постачання газу, нафти, пально-мастильних матеріалів.

Окрім перевезень вантажів транспортні підприємства надають своїм клієнтам, зокрема торгівлі, різноманітні послуги, пов'язані з прийманням вантажів на тимчасове відповідальне зберігання, супроводженням вантажів експедиторами, здаванням вантажів органами транспорту та ін. Увесь комплекс робіт, які виконуються під час транспортування вантажів від пункту відправки (зі складу вантажовідправника) до моменту здавання в пункт призначення (до складу вантажоодержувача), а також операції, які виконуються до і після перевезення вантажів, заведено називати **транспортно-експедиційними операціями**.

Вантажний автомобільний транспорт також характеризується великим різноманіттям видів і типів транспортних засобів. Так, вантажний автомобільний транспорт за видами заведено поділяти на вантажні автомобілі, автомобілі-тягачі для буксирування причепів, автомобільні причепа та напівпричепа.

З урахуванням прохідності автомобілів розрізняють автомобілі звичайної прохідності та автомобілі підвищеної прохідності (для роботи в умовах бездоріжжя або руху ґрунтовими дорогами).

Поділ автомобілів за вантажопідйомністю передбачає виділення 5 класів автомобілів: • особливо малої (0,25—1, т); • малої (1—3 т); • середньої (3—5 т); • великої (5—8 т); • особливо великої (понад 8 т).

Автомобілі 1 та 2 класу застосовуються, як правило, для завезення дрібних партій товарів у роздрібну торговельну мережу, тоді як автомобілі 3—5 класів більш вигідні для перевезень товарів великими партіями на середні та великі відстані.

За типом кузова виділяють автомобілі з бортовою платформою (бортові автомобілі), автомобілі з кузовом типу «фургон», автомобілі-рефрижератори (автомобілі з кузовом типу «фургон», оснащені рефрижераторним устаткуванням), автомобілі з кузовом типу «цистерна», автомобілі-самоскиди.

Автомобілі, які застосовуються для перевезень вантажів, з урахуванням призначення транспортного засобу поділяють на універсальні та спеціалізовані.

До універсального автомобільного транспорту належать автомобілі з бортовою платформою та причепа з відкритим кузовом, які застосовуються для перевезень вантажів, котрі не потребують особливих умов під час транспортування.

Спеціалізація транспортних засобів на автомобільному транспорті здійснюється способом обладнання рухомого складу закритими кузовами (фургони, цистерни), пристосованими для перевезення окремих вантажів,

спеціалізованими платформами, а також навантажувально-розвантажувальними механізмами і пристроями, що підвищують прохідність автомобіля.

Спеціалізований автотранспорт охоплює:

> автомобілі-фургони, застосовуються для перевезення товарів, які потребують спеціальних умов під час транспортування. Наприклад, автомобілям»! фургонами можуть перевозитися одяг, меблі, продовольчі та непродовольчі то-І вари в тарі, легковагові вантажі тощо; спеціалізованими автомобілями-фургонами з пристосуваннями для завантаження лотків перевозяться хліб і хлібобулочні вироби; для безтарного перевезення борошна застосовуються автомобілі-борошновози;

> автомобілі-фургони з ізоtermічними кузовами та автомобілі-рефрижератори, здатні підтримувати низькі температури —застосовуються для перевезення» продуктів з обмеженими термінами зберігання в охолодженому та замороженому вигляді;

> автомобілі-цистерни — використовуються для перевезень молока, пива квасу та інших наливних вантажів.

У народному господарстві України для масових перевезень автомобільний транспорт застосовуються також інші типи спеціалізованого рухомого складу наприклад, автомобілі, обладнані пристроями для завантажування і розвантажування (самонавантажувачі), автомобілі-контейнеровози тощо.

Вибір транспортних засобів для перевезень завершується визначенням їх потужності, тобто вантажопідйомності, яка залежить від кількості вантажів, котрі підлягають перевезенню.

Для перевезень торговельних вантажів на короткі відстані найчастіше використовується вантажний автомобільний транспорт, який забезпечує перевезення товарів від станцій залізниць, зі складів виробничих і сільськогосподарських підприємств на склади оптових підприємств і з цих складів в об'єкти роздрібної та дрібнороздрібної торговельної мережі, для переміщення товарів між магазинами і для виїзної торгівлі.

Основними нормативними документами, які регламентують перевезення вантажів автомобільним транспортом, є Статут автомобільного транспорту і Правила перевезення вантажів автомобільним транспортом в Україні.

В сучасних умовах багато підприємств торгівлі володіють власними засобами автомобільного транспорту і виконують ним перевезення торговельних вантажів. Разом з тим часто для цих перевезень використовується транспорт спеціалізованих автотранспортних підприємств, які належать до категорії транспорту загального користування.

Підприємства торгівлі висувають до рухомого складу автомобільного транспорту специфічні експлуатаційні і технологічні вимоги. Зокрема, автотранспорт для перевезень товарів народного споживання повинен:

> бути спеціалізованим, тобто: а) відповідати оптимальним умовам перевезень конкретних груп та найменувань товарів; б) забезпечувати

механізацію вантажно-розвантажувальних робіт при виконанні транспортно-експедиційних операцій;

- > відповідати вимогам розвитку перспективних транспортних систем, зокрема контейнерної транспортної системи;

- > бути високоманевровим, мати широкий діапазон вантажопідйомності;

- > мати високу прохідність для доставки товарів в умовах торгівлі в сільській місцевості;

- > передбачати можливість збільшення габаритів кузова та пристосованість їх для багатоярусного укладання товарів з метою ефективного використання вантажопідйомності транспортних засобів.

Ці підприємства виконують централізовані перевезення вантажів, забезпечують транспортно-експедиційне обслуговування вантажовідправників і вантажоодержувачів, здійснюють прямі, змішані залізнично-автомобільні та водно-автомобільні перевезення вантажів.

Для перевезень торговельних вантажів підприємствами транспорту загального користування необхідно додержувати заведеного порядку їх планування та організації, який базується на укладанні між перевізниками та замовниками (вантажовідправниками або вантажоодержувачами) договорів про перевезення вантажів автомобільним транспортом. Ці договори є основною формою організаційно-правових документів з планування та організації перевезень.

Автомобільним транспортом здійснюються **перевезення**, які **класифікуються** за:

- > належністю транспорту (транспорт загального користування, відомчий транспорт, власний транспорт підприємницьких організацій та формувань);

- > відстанню перевезень (приміські, міжміські, міжнародні);

- > способами організації і виконання перевезень (централізовані, децентралізовані, прямі, змішані, комбіновані, контейнерні, пакетні);

- > тривалістю перевезення (постійні, сезонні, тимчасові);

- > видами вантажів (за видами продукції або видами тари);

- > розмірами партії вантажів (масові, партійні, дрібнопартійні).

За умовами договору перевезення вантажів перевізник зобов'язується доставити наданий вантаж в пункт призначення і видати його уповноваженій на отримання вантажу особі (одержувачеві), а відправник зобов'язується оплатити за перевезення вантажу встановлену плату. У договорі встановлюються: термін його дії, обсяги перевезень, умови перевезень (режим роботи по видачі та прийманню вантажу, забезпечення цілісності вантажу, виконання вантажно-розвантажувальних робіт і т. ін.), вартість перевезень і порядок розрахунків, порядок визначення раціональних маршрутів, обов'язки сторін, відповідальність тощо.

40.Замовлення на автотранспортні засоби для перевезення вантажів  
Відповідно до договору перевізник і замовник у межах квартального

плану за 10 днів до початку кожного місяця визначають місячні плани декадними плановими завданнями на перевезення вантажів. На перевезення вантажів автотранспортом замовник надає перевізнику за наявності договору заявку (на день, тиждень, декаду, місяць) встановленої форми. Заявка подається перевізнику в строк, визначений договором, телефонограмою, телетайпом, телеграфом, телексом, іншим фіксованим способом. У цьому разі в заявці мають бути необхідні відомості, які характеризують найменування та кількість вантажу, адреси завантаження та розвантаження, відстані перевезення та вид упаковки.

Перевезення торговельних вантажів можуть здійснюватися також за разовим договором.

Основними документами, які оформляються на перевезення вантажів автотранспортом, є товарно-транспортні накладні та подорожні листи вантажного автомобіля. Залежно від виду вантажу та його специфічних властивостей до основних документів додаються інші (ветеринарні, санітарні та якісні сертифікати, свідоцтва, довідки, паспорти тощо), що визначається правилами перевезень зазначених вантажів.

Безпосередньо перевезення вантажу покладається на водія автомобіля, а його супровід та охорона вантажу в дорозі — на експедитора, з яким укладається договір про особисту матеріальну відповідальність. Проте досить часто в господарській практиці мають місце випадки, коли функції експедитора за додаткову оплату виконує водій автомобіля, а в деяких випадках експедирування вантажів можуть здійснювати інші посадові особи вантажовідправника або вантажоодержувача, наприклад товарознавці підприємств оптової або роздрібної торгівлі.

Оформлення перевезень вантажів товарно-транспортними накладними здійснюється незалежно від умов оплати за роботу автомобіля. Вантажовідправник повинен виписати товарно-транспортну накладну на перевезення вантажів у кількості, не меншій ніж 4 примірники, засвідчити їх підписом і за необхідності печаткою штампом). Після прийняття вантажу згідно з товарно-транспортною накладною експедитор (водій) підписує всі її примірники. Перший примірник товарно-транспортної накладної залишається у вантажовідправника, другий — передається експедитором (водієм) вантажоодержувачу, третій і четвертий примірники, засвідчені підписом вантажоодержувача (у разі потреби — печаткою або штампом), передаються перевізнику.

У тих випадках, коли в товарно-транспортній накладній немає можливості перелічувати всі найменування вантажу, підготовленого для перевезення, до такої накладної замовник додає документ довільної форми з обов'язковим зазначенням відомостей про вантаж. У цих випадках в товарно-транспортній накладній зазначається, що до неї додається як товарний розділ документ, без якого товарно-транспортна накладна вважається недійсною і не може використовуватись для розрахунків із замовником.

**Основними етапами технологічного процесу перевезення вантажів автомобільним транспортом є:**

- приймання вантажу до перевезення;
-

маркування і пломбування вантажу; • завантаження автомобіля; • оформлення документації; • здійснення процесу перевезення і доставки вантажу одержувачеві; • розвантаження автомобіля; • приймання вантажу одержувачем; • проведення розрахунків за перевезення вантажу.

Для забезпечення збереження вантажу та раціонального використання вантажо-підйомності транспортного засобу і об'єму його кузова вантажовідправник зобов'язаний до прибуття автомобіля під завантаження підготувати вантаж до перевезення. З цією метою вантажі укладаються в справну транспортну тару, визначену стандартами, ТУ, договором тощо, а на кожне вантажне місце наноситься маркування. У разі неправильного укладання та упакування товарів або ж при використанні тари, яка не відповідає фізико-хімічним властивостям товарів, майнова відповідальність за пошкодження чи втрату товару покладається на вантажовідправника. У разі, коли передбачається перевезення одним автомобілем товарів для кількох вантажоодержувачів, вантажі мають бути відповідно згруповані.

Час прибуття автомобіля під завантаження відраховується з моменту подання водієм подорожнього листа в пункті завантаження, а час прибуття автомобіля під розвантаження — з моменту подання ним же товарно-транспортної накладної в пункті розвантаження. На виконання завантажувальних і розвантажувальних робіт виділяється час, який визначається за основними нормами часу простою автомобіля під завантаженням і розвантаженням, установленими залежно від маси вантажу і типу кузова автомобіля. При виконанні цих операцій традиційно додержуються практики, відповідно до якої завантаження вантажів у кузов автомобіля, їх закріплення, накривання та ув'язування виконуються вантажовідправником, а вивантаження вантажів з кузова автомобіля, знімання кріплень та покриттів — вантажоодержувачем; до обов'язків водія входить перевірка відповідності укладання і закріплення вантажу в кузові автомобіля вимогам безпеки руху і забезпечення збереження транспортного засобу. У разі виявлення недоліків щодо укладання чи закріплення вантажу, які загрожують збереженню вантажу, водій повинен повідомити вантажовідправника з метою ліквідації виявлених відхилень (порушень).

Завантаження автомобіля має здійснюватися до повного використання об'єму його кузова, але при цьому забороняється перевищувати вантажопідйомність автомобіля. У разі перевезень легковагових вантажів вантажовідправник може (і повинен) використовувати можливості для підвищення рівня використання автомобіля! (наприклад за рахунок нарощування його бортів).

Важливою умовою підготовки вантажів до перевезення є визначення їх кількості, насамперед маси. Визначення маси вантажу проводиться засобами вантажеві-відправника спільно з представником автотранспортного підприємства. У разі перевезень вантажів у критих автомобілях (з кузовом типу «фургон») і причепах, контейнерах, цистернах, опломбованих вантажовідправником, масу вантажу визначає він сам.

Завантаження (а також розвантаження) вважається закінченим після

вручення водієві оформлених товарно-транспортних накладних.

У пункті призначення вантажі повинні здаватися вантажоодержувачеві за масою і кількістю місць у тому самому порядку, в якому вони приймалися від вантажо- одержувача. Вантаж у пункті призначення має видаватися тільки тому представникові вантажоодержувача, який указаний у товарно-транспортній накладній. У разі прибуття вантажів у справних автомобілях, причепах, контейнерах, цистернах з непошкодженими пломбами відправника, вони видаються без перевірки маси, якісного стану вантажу і кількості вантажних місць. Також можуть здаватися без перевірки маси навальні або насипні вантажі, які прибули в пункт призначення без ознак нестачі, але це можливе лише в разі відсутності у вантажоодержувача автомобільної ваги. У разі перевезення тарно упакованих і поштучних вантажів їх видають на основі перевірки за участі представника автотранспортного підприємства маси стану вантажу тільки кожного пошкодженого місця. Для цього пошкоджені місця розкривають і перевіряють вантаж за товарно-транспортними накладними.

Перевірку маси, кількості місць і якісного стану вантажу за участі представника автотранспортного підприємства обов'язково потрібно проводити в пункті призначення в разі:

- > прибуття вантажу в несправному кузові транспортного засобу або в справному кузові, але з пошкодженими пломбами чи з пломбами іншої вантажної станції;

- > прибуття вантажів з обмеженими термінами зберігання з порушенням термінів доставки цього вантажу або встановленого транспортного режиму під час транспортування;

- > прибуття вантажу, який завантажувався автотранспортним підприємством;

- > видавання вантажу зі складу транспортного підприємства.

За підсумками приймання вантажів у разі виявлення нестачі, псування або пошкодження вантажу оформляється відповідний акт (див. підрозд. 8.3), про що робиться запис у товарно-транспортній накладній. Якщо ж відхилень від товарно-супровідних документів не виявлено, то факт отримання вантажу підтверджується підписом матеріально відповідальної особи і печаткою (штампом) вантажоодержувача в 3 примірниках товарно-транспортної накладної, два з яких повертаються водієві (експедиторові).

Розвантаження автомобіля, як правило, проводиться силами і засобами вантажоодержувача. Після вивантаження товару вантажоодержувач повинен очистити кузов автомобіля, а після перевезення вантажів з обмеженими термінами зберігання, сирих тваринних продуктів, тварин, птиці — промити (пропарити, продезинфікувати) кузов або ж оплатити ці роботи в разі здійснення їх підприємством транспорту.

При організації перевезень необхідно правильно визначати потрібну кількість автомобілів для доставки окремих вантажів з метою ефективного використання парку автомобілів.



Потреба в автомобілях для перевезення окремих вантажів визначається за формулою

$$A_{\text{заг}} = \frac{Q_{\text{заг}}}{Q_a} \quad (1),$$

де  $A_{\text{заг}}$  — загальна кількість автомобілів;  $Q_{\text{заг}}$  — загальна кількість вантажу, що підлягає перевезенню;  $Q_a$  — добова продуктивність автомобіля, яка розраховується за формулою (2) у разі перевезень за лінійними маршрутами і за формулою (3) — за кільцевими маршрутами.

$$Q_a = \frac{T_{\text{рм}} \times 60 \times V_n \times K_{\text{в.н.в}}}{\frac{2 \times L \times 60}{V} + T_{\text{н.р}}} \quad (2)$$

$$Q_a = \frac{(T_{\text{рм}} - \Delta T_{\text{рз}}) \times 60 \times V_n \times K_{\text{в.н.в}}}{\frac{S \times 60}{V} + T_{\text{н.р}} + T_3 \times (K_3 - 1)} \quad (3)$$

де  $L$  — відстань від вантажовідправника до вантажоодержувача, км;  $S$  — загальна довжина одного маршруту (відстань перевезення), км;  $V$  — середня швидкість руху автомобіля на маршруті, км/год;  $T_3$  — час на заїзд у проміжні пункти, хв;  $K_3$  — загальна кількість заїздів автомобіля за один рейс;  $T_{\text{н.р}}$  — час простою автомобіля під навантаженням і розвантажуванням, хв;  $T_{\text{рм}}$  — плановий час роботи автомобіля («перебування в наряді»), год;  $\Delta T_{\text{рз}}$  — різниця між часом роботи вантажоодержувачів і часом, протягом якого завозяться товари, год.  $V_n$  — нормативна вантажопідйомність автомобіля, тонн;  $K_{\text{в.н.в}}$  — коефіцієнт статичного використання номінальної вантажопідйомності автомобіля, од.

**Оплата** перевезень вантажів автомобільним транспортом проводиться відповідно до укладеного договору на перевезення вантажів. Рахунок за виконані перевезення виписується на підставі належно оформлених подорожніх листів разом з товарно-транспортними накладними, а при користуванні автомобілями, робота яких оплачується виходячи з часу роботи автомобіля у замовника — тільки подорожніх листів.

Для характеристики ефективності використання автотранспорту заведено визначати:

> показники, які характеризують рівень використання рухомого складу вантажного автотранспорту (коефіцієнти технічної готовності, випуску і використання рухомого складу, коефіцієнти статичного і динамічного використання вантажопідйомності автомобіля, коефіцієнт використання пробігу, середня відстань поїздки з вантажем і середня відстань перевезення, час простою під завантаженням-розвантаженням, час у наряді, технічна та експлуатаційна швидкість);

> результативні показники роботи рухомого складу (кількість поїздок, загальна відстань перевезень і пробіг з вантажем, обсяг перевезень і транспортна робота).

**Організація перевезення вантажів залізничним транспортом.**

Перевезення вантажів залізничним транспортом в Україні регулюються Статутом залізниць України, Правилами перевезення вантажів, Технічними умовами навантаження і кріплення вантажів, іншими нормативними документами, а також договором, який укладається між транспортним підприємством і вантажовідправником, експедитором або іншим замовником. Робота з організації перевезень на залізниці покладена на спеціальні служби залізниці: товарні контори станцій, товари: каси, багажні

(вантажні) двори. В їх обов'язки входить оформлення і перевірка складених вантажовідправниками документів на вантажні перевезення, а також забезпечення процесу доставки вантажів.

Перевезення торговельних вантажів залізницею здійснюються на договірних засадах на основі місячного планування перевезень. Основою місячного планування перевезень є поточні або довгострокові договори про організацію перевезення та замовлення відправників або експедиторів. Для цього в місцеве Управління залізниці замовник (вантажовідправник, експедитор) не пізніше ніж за 14 днів до початку місяця, в якому планується перевезення, повинен подати заявку (місячне замовлення) для отримання необхідної кількості вагонів або контейнерів. Така заявка подається у трьох примірниках, кожний з яких підписується керівником підприємства і його підпис затверджується печаткою, за формою розгорнутого плану перевезень вантажів за встановленою номенклатурою, з розподілом по видах вантажів, станціях відправлення і залізницях призначення, а по вантажах, що відвантажуватимуться у межах залізниці відправлення — з розподілом по станціях призначення. При цьому обсяги перевезень розраховуються в тоннах і вагонах або тільки у вагонах. Вантажовідправники подають окремий розгорнутий план по кожній станції відправлення на кожну номенклатурну групу вантажів.

Після розробки місцевою залізницею місячного плану перевезення вантажів та доведення його до відома вантажовідправника він повинен подати декадне замовлення на надання вагонів у розрізі днів декади і напрямків перевезення (не пізніше ніж за 3 дні до початку декади).

На основі отриманого (не пізніше ніж за 1 день до початку декади) повідомлення місцевої станції залізниці про кількість виділених вагонів у розрізі вантажів і залізниць або станцій призначення вантажовідправник повинен забезпечити підготовку вантажу до відправки, визначити спосіб його переміщення (тобто встановити для даного вантажу вид відправлення, швидкість доставки, вид сполучення), оформити відповідні перевізні документи і передати вантажі транспортному підприємству.

Важливу роль в організації перевезення відіграє спосіб перевезення вантажів, «кий визначається низкою ознак, що базуються на класифікації залізничних перевезень за територіальною ознакою і видом сполучення, видом відправлення, швидкістю перевезення тощо. Швидкість перевезення вантажу вибирає і вказує в залізничній накладній вантажовідправник.

Основним перевізним документом при залізничному перевезенні є транспортна залізнична накладна, яка супроводжує вантаж до станції призначення і передається вантажоодержувачеві разом з вантажем. У накладній вказуються відомості про відправника і одержувача, швидкість перевезення, найменування вантажу, кількість місць і масу вантажу, оголошену цінність вантажу, час приймання його до перевезення та ін. Крім накладної заповнюються інші передбачені документи (дорожня відомість на перевезення вантажу, корінець дорожньої відомості на перевезення, квитанція про прийняття вантажу до перевезення; при перевезеннях вантажів

з обмеженими термінами зберігання додатково повинні бути виписані сертифікати, посвідчення якості товарів, ветеринарні посвідчення). У транспортній залізничній накладній залізниця зобов'язана проставити календарний штамп, що підтверджує факт прийняття вантажу для перевезення. Квитанція про прийняття вантажу до перевезення видається вантажоодержувачеві під розписку у відповідній графі корінця дорожньої відомості.

Порядок відправки вантажів залізницею. Перевезення вантажів по залізниці за територіальною ознакою поділяють на внутрішні перевезення та міжнародні перевезення (в тому числі перевезення експортних та імпорتنих вантажів і транзитні перевезення); залежно від виду сполучення внутрішні перевезення вантажів залізницею поділяють на місцеві перевезення (перевезення здійснюються між двома станціями одного Управління залізниці); перевезення в прямому внутрішньому сполученні (між станціями двох і більше Управлінь залізниці); перевезення в змішаному сполученні (різними видами транспорту), зокрема, перевезення в прямому змішаному сполученні (різними видами транспорту за одним документом).

За видами відправлення, тобто з урахуванням розміру партії, що відправляється по залізниці, виділяють перевезення:

> дрібними відправленнями — вони мають місце тоді, коли партія вантажів, пред'явлених до перевезення за одним перевізним документом, не потребує надання окремого вагона (в масу відправлення включається маса вантажу, тари або упаковки, а також маса належних перевізних пристосувань). Перевезення дрібними відправленнями здійснюють, як правило, у збірному універсальному вагоні. В такому вагоні дрібні партії вантажу, які належать різним вантажовідправникам, об'єднуються в одну вагонну партію з оформленням перевезення за окремими залізничними накладними;

> вагонні відправлення — вагонним відправленням вважається партія вантажу, пред'явлена за однією залізничною накладною, для перевезення якої надається окремий вагон;

> контейнерні відправлення — контейнерним відправленням вважається вантаж, який пред'явлений за одним перевізним документом для перевезення в контейнері, або контейнер в порожньому стані.

В практиці залізничних перевезень виділяють також перевезення групам вагонів і перевезення маршрутами.

Залежно від **швидкості** всі залізничні вантажні перевезення поділяються на:

> перевезення вантажною швидкістю (її забезпечують всі вантажні поїзди. При перевезеннях більшості звичайних вантажів в універсальних вагонах дрібними відправленнями її умовно приймають у розмірі 180 км за добу; вагонними відправленнями — 330 км за добу, маршрутними — 550 км за добу;

> перевезення великою швидкістю (в швидких поїздах в одному напрямку. Застосовується для перевезень вантажів з обмеженими термінами

зберігання для перевезень цінних вантажів, інших вантажів за бажанням вантажовідправника і за узгодженням із залізницею. При таких перевезеннях норма пробігу вагона з вантажем становлять від 550 км за добу (при перевезеннях дрібними відправленнями) до 660 км за добу (при перевезеннях у вагоні рефрижераторі);

> перевезення багажною швидкістю (у вантажних вагонах пасажирських поїздів). У цьому разі швидкість перевезення залежить від розкладу руху конкретного пасажирського поїзда.

Транспортна залізнична накладна і квитанція про прийняття вантажу, які видаються вантажовідправникові, підтверджують укладення договору перевезення вантажу, за яким залізниця зобов'язується вчасно і в цілісності доставити вантажні залізничну станцію призначення з дотриманням умов його перевезення і видати вантаж вантажоодержувачеві, а вантажовідправник — оплатити це перевезення.

**Технологічний процес перевезення вантажів залізницею** включає такі технологічні операції:

- подача вагонів під завантаження;
- пред'явлення вантажу до відправки;
- завантажування вантажу у вагон;
- безпосередньо перевезення і супровід вантажу в дорозі;
- операції з прибуття вантажів.

Виконання цих операцій проводиться після того, як вантажовідправник підготує вантаж до відвантаження. Перед подачею вантажів до перевезення вантажовідправник зобов'язаний запакувати товари належної якості у стандартну транспортну тару (якщо вантаж відправляється в контейнері — інша транспортна тара не обов'язкова). На тарні одиниці та поштучні вантажі обов'язково наноситься транспортне маркування і, якщо потрібно, спеціальні знаки та написи, які попереджують виконавців робіт з вантажами про способи поводження з ними («Верх, не кантувати», «Обережно, крихке», «Центр ваги»). У транспортному (відправницькому) маркуванні повинні бути зазначені найменування вантажовідправника і вантажоодержувача, станцій відправлення та призначення, порядкові номери вантажних місць, маса вантажу. Відповідальність за правильність підготовки вантажів до перевезення несе вантажовідправник; якщо вантажі запаковані з порушенням вимог стандартів, залізниця має право відмовитися від їх приймання до перевезення.

Підготовлені до перевезення вантажі завозяться на станцію залізниці або ж відправляються безпосередньо з під'їзних колій вантажовідправника (для цього на колію незагального користування подаються порожні вагони). В останньому разі станція залізниці не пізніше ніж за 2 години до подачі порожніх вагонів (чи контейнерів) під завантаження повинна повідомити вантажовідправника.

Під завантаження повинні подаватися справні, очищені всередині та назовні, за потреби — продезинфіковані, придатні для перевезення конкретних вантажів вагони. Перед завантаженням працівники відправника

повинні перевірити справність поданого вагона, оскільки в разі пошкоджень чи псування вантажів, що перевозяться у несправному вагоні, відповідальність несе відправник. Особливу увагу потрібно звертати на вагони для перевезення вантажів з обмеженими термінами зберігання—ізотермічні вагони, вагони-рефрижератори, які повинні забезпечувати підтримання необхідного температурного режиму. Відправник має право відмовитися від несправного вагона (непридатного в технічному або в комерційному плані) і вимагати його заміни. Завантаження вантажів у вагони (і на автомобілі для завезення на станцію відправлення), а також вивантажування з них може проводитися вантажовідправником або вантажоодержувачем, а в установлених Статутом залізниць України випадках — силами залізничної станції.

Під час завантаження вантажів у вагони і контейнери потрібно враховувати їх вантажопідйомність і не допускати її перевищення; завантажувати вагон необхідно до висоти його бортів. Укладаючи вантажі у вагони, потрібно враховувати технічні вимоги розміщування вантажів у вагонах і контейнерах, закріплювати вантажі для запобігання їх переміщенню під час транспортування. Для скорочення тривалості виконання навантажувальних операцій рекомендується широко застосовувати відповідні засоби механізації. Це тим більше важливо, що встановлено спеціальні терміни завантаження (і розвантаження) вагонів, за недодержання яких передбачені штрафні санкції.

Завантажені вагони (контейнери) повинні бути опломбовані залізницею або відправником. Як правило, вантажі відправляються: • за пломбами відправника — коли вантаж завантажений і зважений засобами відправника; • за пломбами залізниці — коли вагон завантажується і зважений її засобами.

Зміст відтисків пломб і їх кількість повинні вказуватись у супровідних документах і в накладній, котра залишається на станції. Порядок пломбування вагонів і контейнерів запірно-пломбувальними пристроями встановлюється правилами перевезення вантажів залізницею.

Як правило, на під'їзних коліях відправника вантажі завантажуються власними силами і засобами вантажовідправника; на станції залізниці завантаження вантажів здійснюється силами і засобами залізниці (за винятком вантажів з обмеженими термінами зберігання, великогабаритних вантажів і важковагових (масою понад 0,5 т) вантажів, які завантажує відправник); завантаження вантажів у контейнери здійснюється силами і засобами відправника, а їх вивантаження з контейнерів — силами і засобами вантажоодержувача. Нормативними документами передбачено можливість виконання всіх вантажних робіт силами залізниці на сплатній основі відповідно до договору між вантажовідправником та залізницею.

Як правило, до моменту відвантаження вантажів вантажовідправник повинен внести оплату за перевезення вантажів та інші передбачені платежі, в іншому разі залізниця може затримати відправлення вантажу.

Оплата перевезень вантажів залізницями визначається за регульованими або договірними тарифами залежно від кількості вантажів,

виду відправлення, відстані та швидкості перевезення, виду використовуваного вагона та його належності (вагони Укрзалізниці чи орендовані або приватні вагони). Крім тарифних ставок застосовуються також тарифні збори (за зберігання товарів на складах, за зважування вантажу, за подачу вагонів на під'їзні колії, за дезинсекцію, за супровід вантажів тощо).

На підтвердження факту прийняття вантажу до перевезення відправнику вручається вантажна квитанція (квитанція в прийомі вантажу до перевезення), яка разом з рахунком на оплату товарів відправляється одержувачеві товару. Остаточний розрахунок за перевезення проводиться вантажоодержувачем після прибуття вантажу на станцію призначення до дати видачі вантажу.

Залізниця зобов'язана забезпечувати доставку вантажів за призначенням і \* обумовлені терміни. Терміни перебування вантажу в дорозі розраховуються за нормами добового пробігу вантажів, які залежать від виду вагону, виду відправлення, характеру вантажу, швидкості доставки і відстані перевезення. Крім того, додатково виділяється час на виконання операцій, пов'язаних з відвантаженням та прибуттям вантажу і на виконання додаткових операцій над вантажами в процесі їх доставки (наприклад, при переадресуванні вантажів, нагромадженні і сортуванні на вантажосортувальних платформах дрібних і контейнерних відправлень до вагонної норми та ін.).

Загальний нормативний термін доставки вантажу включає час на операції з відвантаження та прибуття вантажу, час на додаткові операції (за потреби) вантажів і час на безпосереднє перевезення вантажу до станції призначення і розраховується за формулою:

$$T_{\text{заг}} = T_{\text{в.п}} + T_{\text{дод}} + \frac{S}{N_n},$$

де  $T_{\text{заг}}$  — загальний нормативний час доставки вантажу, діб;

$T_{\text{в.п}}$  — час на виконання операцій з відправлення та прибуття вантажу, діб (при будь-якому виді відправлення на дані операції виділяється 1 доба);

$T_{\text{дод}}$  — час на виконання додаткових операцій з вантажами, діб;

$S$  — відстань перевезення, км;

$N_n$  — норма пробігу вагона за добу, км.

Відрахунок терміну доставки вантажу проводиться з 24 год дня приймання його до перевезення. Дата приймання вантажу до перевезення і дата завершення терміну доставки мають бути вказані у вантажній квитанції.

Вантажі вважаються доставленими вчасно, якщо на станції призначення вони вивантажені залізницею, про що повідомлено вантажоодержувача, або якщо вагони (контейнери) з вантажами подані для вивантаження вантажоодержувачем до закінчення встановленого терміну доставки. Статутом залізниць України передбачено матеріальну відповідальність залізниці за недотримання термінів доставки вантажів.

За несвоєчасну доставку вантажів і порожніх вагонів, що належать підприємствам, організаціям, установам, громадянам-суб'єктам

підприємницької діяльності або орендованих ними, залізниця сплачує одержувачу штраф (якщо не доведе, що прострочення сталося не з її вини) у розмірі:

10% проїзної плати — за прострочення на 2 доби;

20% проїзної плати — за прострочення на 3 доби;

30% проїзної плати — за прострочення на 4 і більше діб.

Зазначений штраф не сплачується, якщо вантаж не було вивезено одержувачем зі станції впродовж доби після одержання повідомлення про прибуття вантажу або якщо в цей самий термін одержувач не розкредитує перевізні документи на вантаж, що прибув.

Операції з прибуття вантажу включають: • повідомлення вантажоодержувача про прибуття вантажу на його адресу; • оформлення документів на право одержання вантажів; • приймання вантажу від транспортного підприємства,

Залізнична станція повинна повідомити вантажоодержувача про прибуття вантажу на його адресу в той самий день, але не пізніше від 12 год наступного дня. Повідомлення про час подачі вагонів (контейнерів) з вантажами до місця вивантажування їх вантажоодержувачем має бути зроблене станцією залізниці не пізніше ніж за 2 години до оголошеної подачі вагонів (контейнерів).

Видавання вантажів може здійснюватися не тільки способом видачі вагонів чи контейнерів з пристанційного складу або іншого вантажного сховища, але й через подачу вагонів на під'їзні шляхи вантажоодержувача.

Вантажі, що прибули, зберігаються на станції безкоштовно протягом доби. Цей термін обчислюється з 24-ї години дати вивантаження вантажу (контейнера) засобами залізниці або з 24-ї години дати подачі вагонів під вивантаження засобами одержувача. Одержувач зобов'язаний за цей час прийняти й вивезти зі станції вантаж, що надійшов на його адресу. За зберігання вантажу на станції понад зазначений термін справляється плата, встановлена тарифами.

Для отримання вантажу представник вантажоодержувача повинен звернутися в товарну контору станції і пред'явити відповідне доручення. У товарній конторі перевіряється правильність і повнота нарахування плати за перевезення, оплачуються додаткові операції з вантажем та ін. Після остаточного розрахунку представникові одержувача видається накладна, на зворотному боці якої календарним штемпелем засвідчується час оформлення видачі вантажу. Вантаж видається вагарем після надання йому оформленої накладної.

Приймання вантажів від станції залізниці може проводитися на складах станції або безпосередньо з вагонів, а також безпосередньо на складах вантажоодержувача, які мають під'їзні колії. Приймаючи вантаж, представник одержувача зобов'язаний перевірити, чи забезпечене його збереження під час перевезення. При цьому він перевіряє стан (справність) вагона, цілісність пломб і відтиски на них, справність тари й упаковки, відповідність даних у накладній та за маркуванням фактичній кількості

місце, масі, якості товарів, проводить внутрішній огляд вагона та стану укладання в ньому вантажів тощо.

Участь залізниці в процесі приймання вантажу залежить від того, за чийми пломбами (залізниці чи вантажовідправника) прибув вагон (контейнер). При прибутті вантажів у справних вагонах з непошкодженими пломбами вантажовідправника зважування вантажів не проводиться, що зазначається у транспортній залізничній накладній. Після цього представник вантажоодержувача розписується в дорожній відомості, отримує вагон (контейнер) та організовує далі операції з вантажами відповідно до прийнятої транспортно-технологічної схеми.

Якщо вантажі прибули у вагоні (контейнері) за пломбами залізниці, вантажоодержувач зобов'язаний вимагати перевірки маси вантажів, кількості місць і якісного стану вантажу навіть у разі прибуття вантажу за цілими непошкодженими пломбами.

Також залізниця зобов'язана перевірити вантажі в разі:

> прибуття вантажів, які були завантажені силами й засобами вантажовідправника і за його пломбами, якщо на станції призначення виявлена несправність вагона або пошкодження пломб;

> прибуття вантажу з ознаками нестачі, псування або пошкодження під час перевезення у відкритому рухомому складі;

> прибуття вантажів з обмеженими термінами зберігання з порушеннями встановлених термінів доставки або з порушенням температурного режиму при перевезенні вантажу в рефрижераторному вагоні;

> видачі вантажу, який був вивантажений станцією залізниці в місцях загального користування.

Вантажі, які надійшли дрібними відправленнями, приймаються за масою, кількістю місць і їх станом з участю представника залізниці. При виявленні порушень представник одержувача зобов'язаний вимагати оформлення і видання йому комерційного акта. Якщо залізниця відмовляється від складання комерційного акта, то вантажоодержувач протягом 24 годин повинен подати заяву-скаргу на ім'я начальника відділку або начальника Управління залізниці через начальника станції, а приймання вантажу проводити з участю представника незацікавленої організації, громадськості або транспортної міліції. При встановленні розбіжностей у кількості (якості) заповнюється відповідний акт про встановлення розбіжностей у кількості (якості) при прийманні товарів. Відповідь на заяву-скаргу про відмову у складанні комерційного акта начальник відділку залізниці зобов'язаний дати протягом 3 діб (по товарах з обмеженими термінами зберігання — протягом 24 годин).

Комерційні акти, оформлені на спеціальних бланках у 3 примірниках, підписуються начальником станції, завідувачем вантажного двору, особою, що проводила зважування вантажу, вантажоодержувачем. Перший примірник комерційного акта передається у відповідну службу залізниці, 2-й примірник видається вантажоодержувачу, 3-й примірник зберігається у



справах станції. Комерційний акт є основним документом, на підставі якого можуть пред'являтися претензії на відшкодування залізницею матеріальних збитків. В окремих випадках заповнюються також акт загальної форми і технічний акт.

Крім претензій за нестачу чи пошкодження вантажів при перевезенні замовники можуть пред'являти до залізниці претензії за прострочення терміну доставки вантажів, за неподання вагонів або контейнерів, за перебір проїзних платежів тощо. Розміри відповідних штрафів передбачені Статутом залізниць України.

Комерційний акт складається у випадках, якщо:	Акт загальної форми складається у випадках, якщо:	Акт про технічний стан вагона складається у випадках, якщо:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• фактичні назва, маса, кількість місць не відповідають даним супровідних документів;</li> <li>• вантаж зіпсований або пошкоджений, в т.ч. внаслідок порушення правил, умов і термінів перевезення;</li> <li>• вантажі прибули без документів або документи прибули без вантажу;</li> <li>• залізниця повертає викрадені вантажі</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• немає супровідних документів;</li> <li>• немає пломб;</li> <li>• зміст відтисків пломб не відповідає даним супровідних документів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вагон або контейнер пошкоджений;</li> <li>• вантаж зіпсований через несправність вагона або контейнера;</li> <li>• виявлене витікання у вагоні, контейнері</li> </ul>

Рис. 10.1. Умови оформлення актів на транспорті

Прийняті вантажі мають бути вчасно вивантажені з вагона (контейнера). Операції розвантаження вагонів можуть здійснюватися силами і засобами як вантажоодержувача, так і залізниці. Терміни розвантаження встановлюються чинними нормативними документами і залежать від виду вантажу, способу розвантаження (механізований або ручний) тощо. Тривалість простою вагона під розвантаженням визначається від моменту подачі вагона під розвантаження і закінчуючи моментом отримання станцією залізниці повідомлення вантажоодержувача про готовність вагонів до прибирання. Вантажоодержувачі зобов'язані забезпечувати цілодобове розвантаження вагонів (в тому числі — в святкові та вихідні дні) для того, щоб не допускати понаднормативних простоїв транспортних засобів.

## ТАБЛИЦЯ ВАРІАНТІВ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Б А	Остання цифра шифра									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	30	29	28	27	22	25	24	23	21	26
	40	39	38	37	36	35	34	33	32	31
2	4	1	2	3	5	6	7	8	9	10
	17	20	19	18	16	15	14	13	12	11
	27	30	29	28	26	25	24	23	22	21
	34	31	32	33	35	36	37	38	39	40
3	7	6	9	10	3	2	1	8	5	4
	17	18	19	16	20	11	12	14	13	15
	23	24	25	26	27	26	29	30	22	21
	37	38	31	32	41	34	35	36	40	33
4	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5
	16	17	14	13	12	20	18	19	17	15
	24	26	27	28	29	30	21	22	23	25
	38	37	40	31	32	33	34	36	39	35
5	5	4	3	2	1	10	7	9	8	6
	15	14	13	12	11	16	20	19	18	17
	25	27	28	30	29	21	22	23	24	26
	40	39	33	34	35	36	37	38	31	32
6	4	3	2	1	8	9	10	6	5	7
	14	15	13	12	17	16	11	20	19	18
	26	28	29	30	21	22	23	24	25	27
	32	31	34	35	36	37	38	33	39	40
7	3	2	1	4	5	7	9	10	6	8
	13	17	15	16	14	11	18	12	20	19
	27	29	30	21	22	23	24	25	26	28
	31	33	32	34	35	36	39	37	40	38
8	2	1	6	7	3	8	4	5	10	9
	12	13	14	11	20	16	15	17	19	18
	28	30	22	23	24	25	26	27	29	21
	40	38	39	36	37	31	32	33	34	35
9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	30	21	28	27	26	24	25	23	22	29
	39	40	31	32	33	34	35	36	37	38

## ПИТАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Поняття торгівлі, її завдання і функції в умовах ринкових відносин.
2. Форми торгівлі, види торгівлі по товарообігу. Роль, задачі роздрібної та оптової торгівлі.
3. Основні напрямки розвитку торгівлі в умовах ринкових відносин.
4. Поняття підприємства, його завдання згідно з законодавством України. Торгове підприємство, його ознаки і функції.
5. Торгове підприємство його задачі і функції.
6. Підприємство оптової торгівлі їх види, задачі, функції в умовах ринкових відносин.
7. Товарні біржі, як центри оптової торгівлі.
8. Поняття роздрібної торгової мережі, її види, характеристика оптової торгівлі.
9. Типізація торгових підприємств, поняття, направлення, ознаки, які характеризують тип магазину.
10. Спеціалізація підприємств роздрібної торгової мережі, направлення спеціалізації. Надання умов для конкуренції в роздрібній торгівлі.
11. Принципи та види розміщення торгових підприємств.
12. Види торгових будівель і споруд, їх характеристика, вимоги до них.
13. Основні групи приміщень магазину, їх взаємозв'язок, вимоги пред'явлені до технічних рішень приміщень магазину.
14. Поняття торгово-технологічного процесу в магазині де ви працюєте.
15. Значення правильного приймання товарів для забезпечення їх повного збереження. Вкажіть нормативні документи, які регулюють приймання товарів за кількістю і якістю.
16. Порядок приймання товарів за кількістю. Документальне оформлення прийомки.
17. Порядок приймання товарів за якістю. Документальне оформлення прийомки.
18. Організація збереження товарів в магазині. Особливості збереження окремих груп товарів.
19. Організація підготовки товарів до продажу. Операції і правила підготувати окремих груп товарів до продажу.
20. Види товарних збитків при збереженні та продажу товарів, причини, виникнення, заходи по їх скороченню.
21. Поняття культури торгівлі, її складові елементи. Фактори, які визначають рівень культури обслуговування.
22. Основні напрямки підвищення культури торгового обслуговування.

23. Поняття продажу товарів. Складові елементи процесу продажу товарів.
24. Форми продажу товарів. Їх характеристика.
25. Технологія продажу товарів методом самообслуговування.
26. Технологія продажу товарів з індивідуальним обслуговуванням та елементами відкритої викладки.
27. Технологія продажу товарів по зразкам.
28. Організація робочих місць продавців, касирів, контролерів-касирів.
29. Основні принципи розміщення товарів в торговому залі. Способи викладки товарів. Їх характеристика.
30. Правила обміну товарів, куплених в роздрібній торговій мережі.
31. Види додаткових послуг населення. Їх характеристика.
32. Організація активних методів продажу товарів.
33. Поняття про складське господарство. Роль і функції складів в процесі товарного обігу. Основні напрямлення розвитку складського господарства в умовах ринкових відносин.
34. Поняття технологічного процесу складу, особливості організації технологічного процесу на складах різних типів.
35. Основні групи приміщень складу, їх взаємозв'язок.
36. Організація приймання та відпуску товарів з і складу.
37. Роль тари в організації торгово-технологічного процесу. Класифікація тари.
38. Організація тарообігу.
39. Роль транспорту в розвитку торгівлі. Організація перевезень вантажу залізничним транспортом.
40. Організація перевезень вантажів автомобільним транспортом.

**Список рекомендованої літератури  
для виконання контрольної роботи  
з дисципліни «Організація і технологія торговельних процесів»**

1. Апопій В. В., Бабенко С.Г., Гончарук Я. А. та інші "Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг".
2. В. М. Гейця "Перехідна економіка".
3. В. В. Апопій "Теорія та практика торговельного обслуговування".
4. М. Л. Новиков "Організація торгівлі непродовольчими товарами".
5. І. І. Корольков "Організація торгівлі продовольчими товарами".
6. Л. А. Митина, Е. І. Науменко "Організація торгівлі продовольчими товарами".
7. Закон України "Про захист прав споживачів" від 2 березня 1995 р.
8. В. М. Ребіцький, Л. М. Антонюк та інші "Технологія й обладнання підприємств торгівлі".
9. А. С. Слипнева "Товарознавство плодоовочевих, зерно борошняних, кондитерських та смакових товарів".
10. І. В. Сирохман "Товарознавство продовольчих товарів", К.: Лібра, 2000.
11. І. Е. Кононенко, С. П. Пізик "Товарознавство продовольчих товарів".
12. В. В. Апопій "Організація торгівлі", К. : - 2002.

## **Рецензія**

**на методичний посібник контрольної роботи з дисципліни  
«Організація і технологія торговельних процесів»  
для студентів заочної форми навчання**

Курс «Організація і технологія торговельних процесів» є одним із профілюючих навчальних дисциплін, які формують спеціалістів високої кваліфікації для торгівлі в Україні в умовах ринкової економіки. Для розвитку торгівлі в період становлення ринкових відносин необхідні глибокі знання з технології для удосконалення технологічних процесів.

Все це враховано при складанні методичного посібника та підбору літературних джерел.

Завдання контрольної роботи розроблено таким чином, щоб виявити рівень підготовки студента заочної форми навчання з програми дисципліни. Метою завдань, які розробив викладач, є вміння самостійно використовувати студентами окремі теоретичні положення дисципліни.

Вважаю, що методичний посібник відповідає сучасним вимогам до навчальних закладів I – II рівнів акредитації.

**Рецензент:** к.т.н., доцент, викладач кафедри  
технологічного обладнання харчових  
виробництв і торгівлі ПУЕТ

Бичков Я. М.

