Содержание:

1 Задачи и коммерческие функции приемки товаров на предприятии розничной торговли-------------------------------------------------------------------- 3

2. Инвестиции в коммерческие инновации в торговле-------------------------14

3. Решение задачи----------------------------------------------------------------------18

4. Список литературы-----------------------------------------------------------------20

**1.Задачи и коммерческие функции приемки товаров на предприятии розничной торговли**

 Розничный торговец – это любая коммерческая организация, основная часть прибыли которой образуется за счет розничных продаж.
 Существует множество различных типов организаций, занимающихся торговлей в розницу, постоянно появляются все новые и новые формы продаж.

 Однако, на современном этапе наиболее общей схемой классификации организаций, занимающихся торговлей в розницу являются розничная торговля через магазины и внемагазинная розничная торговля.
 Розничная торговая сеть представляет собой совокупность торговых предприятий (магазинов и других пунктов продажи товаров).
Она составляет основу материально-технической базы торговли. В розничной торговой сети завершается процесс обращения товаров и доведения их до непосредственных потребителей. Рациональное построение розничной торговой сети страны, выбор правильного направления ее развития определяется социальными, экономическими и организационными предпосылками. Наблюдающиеся в последние годы со времени перехода к рынку, сдвиги: увеличение объема производства, повышение уровня занятости трудоспособного населения, рост социального обеспечения, расширение внешнеэкономической деятельности предъявляют качественно новые требования к торговому обслуживанию покупателей.

Задача правительства в дальнейшем развитии предпринимательства в рамках существующей стратегии также теснейшим образом связана с развитием торгового бизнеса, в том числе розничного. Именно хозяйственная деятельность торговых предприятий является привлекательным объектом для организации малого и среднего бизнеса, отсюда развитие торговой сети является необходимым условием нормализации экономики, снижения издержек потребления, повышения культуры торговли.

Розничная торговая сеть классифицируется по многим признакам (таблица1)
Таблица1
Классификация розничной торговой сети

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Признаки классификации розничной торговой сети | Виды розничной торговой сети |
| 1 | По видам и особенностям устройства | Магазины, магазины, склады, павильоны, палатки, авто магазины и др. |
| 2 | В зависимости от ассортимента реализуемых товаров | Универмаги, универсамы, продовольственные и др. |
| 3 | По формам обслуживания покупателей | Магазины самообслуживания, магазины, торгующие через прилавок,Магазины, торгующие по заказам покупателей и др. |
| 4. | С учетом типа здания и особенности его объемно-планировочного решения | Предприятия розничной торговли отдельно стоящие встроенные, пристроенные, торговые комплексы |
| 5 | По функциональным особенностям предприятия | Стационарные, передвижные, сезонные, посылочные, комиссионные |

Примерно 80 % сети предприятий розничной торговли приходится на долю магазинов. Они располагают набором помещений и оборудованием, необходимым для выполнения разнообразных торгово-технологических операций. Размещаются магазины в стационарных капитальных зданиях.

Магазины выполняют ряд торговых (коммерческих) и технологических функций:

-изучение покупательского спроса на товары;

-составление заявок на завоз товаров;

-формирование ассортимента товаров;

-реклама товаров и услуг;

-продажа товаров (предложение товаров и оказание помощи покупателям в их выборе, выполнение расчетно-кассовых операции);

-прием поступивших товаров по количеству и качеству;

-обеспечение хранения товаров;

-выполнение операций, связанных с выкладкой и размещением товаров в торговом зале.

 Кроме того, магазины выполняют функции, связанные с оказанием покупателям дополнительных услуг.

В качестве дополнений к сети магазинов создается сеть мелких сезонных пунктов продажи товаров (палатки, киоски, ларьки). Это мелкорозничная сеть может заменять или дополнять магазины. Населенные пункты с небольшим числом жителей, где нецелесообразно строить магазины, а также специальные контингенты трудящихся, которые ведут работы в отдалении от населенных пунктов, обслуживаются средствами передвижной торговли: авто магазинами, судолавками, вагономагазинами и др.

Как видно, из вышеуказанного существуют разнообразные виды розничной торговой сети. Выбор конкретных их видов для организации бизнеса зависит от знаний, интересов хозяйственного предпринимателя, его финансовых возможностей и местных рыночных условий.

 предприятие розничной торговли - торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования. Для ведения хозяйственной деятельности розничные торговые предприятия используют магазины, павильоны, киоски и палатки.

 Особая роль в розничной торговле принадлежит организации продажи и обслуживания покупателей. От уровня обслуживания покупателей во многом зависит эффективность торговли. Требования, предъявляемые к торговому обслуживанию, установлены Федеральным законом «О защите прав потребителей» от 9 января 1996 г. №2-ФЗ и Кодексом об административных правонарушениях.

 Деятельность магазинов связана с реализацией продукции конечному потребителю, что является завершающим этапом ее продвижения из сферы производства. Предметом торговли в магазине является не только продажа товаров, но и торговое обслуживание и предоставление дополнительных услуг покупателям. Для покупателей торговое обслуживание определяется имиджем предприятия, удобством и минимальными затратами времени на совершение покупки. Оказываемые услуги сопровождаются покупкой товаров и, кроме того, послепродажным сервисным обслуживанием реализованных товаров. Следовательно, процесс розничной торговли складывается из целенаправленной продажи товаров, обслуживания покупателей, торговых и послепродажных услуг.

 Функции розничной торговли определяются ее сущностью и заключаются в следующем:

-удовлетворение потребностей населения в товарах;

-доведение товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;

-поддержание баланса между предложением и спросом;

-воздействие на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;

-совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей.

 В зависимости от предназначения продукции предусматриваются следующие виды ее реализации:

-интенсивная - при продаже товаров повседневного спроса;

-нацеленная - при продаже товаров конкретной группе покупателей;

-единая - при продаже товаров в основном для всех покупателей, характеризуется широким воздействием рекламных мер;

-прямая - при продаже средств производства и сырья;

-селективная - при продаже обычно престижных товаров, требующих специального сервисного обслуживания или установки дополнительных комплектующих изделий повышенного спроса.

 Торговое предприятие (магазин), выходя на потребительский рынок, где в конкурентной борьбе осуществляется продажа товаров, должно соблюдать определенные правила, основное из которых гласит: чем лучше будут учитываться возможности и пожелания покупателей, тем больше можно продать товаров и ускорить их оборачиваемость.

 Задачами розничного торгового предприятия в новых условиях хозяйствования являются:

 -изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность;

 -определение ассортиментной политики;

 -формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;

 -обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

 Исходя из задач розничной торговли коммерческая работа осуществляется в следующих направлениях:

 -формирование необходимого ассортимента товаров в рамках покупательского спроса;

 -развитие закупочной деятельности;

 -организация связей с поставщиками;

 -осуществление процесса купли-продажи товаров, сопровождаемого коммерческими сделками, товарно-денежным обменом;

 -обеспечение устойчивых конкурентных позиций при решении коммерческих задач.

 Как уже было сказано выше, одной из основных задач торгового предприятия является приемка товаров по количеству и качеству.

 Поступившие в магазин товары доставляют в зону приемки. Приемка товаров является одной из важных операций торгово-технологического процесса магазина и должна производиться лицами, на которых возложена материальная ответственность. Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий.

 Документальное оформление поступления товаров осуществляется в соответствии с требованиями Методических рекомендаций по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли, утвержденных Письмом Роскомторга от 10 июля 1996 года №1-794/32-5. Основанием для отражения операций по поступлению товаров являются унифицированные формы первичной учетной документации, утвержденные Постановлением Госкомстата Российской Федерации от 25 декабря 1998 года №132 "Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету торговых операций".

 Порядок и сроки приема товаров по количеству, качеству и комплектности и его документального оформления регулируются действующими техническими условиями, условиями поставки, договорами купли - продажи и инструкциями о порядке приемки товаров народного потребления по количеству, качеству и комплектности.

 Передача товара от поставщика к покупателю оформляется товаросопроводительными документами, предусмотренными условиями поставки и перевозки товара. Это могут быть накладные, товарно-транспортные накладные, железнодорожные накладные, счета, счета-фактуры.

 Товары, приобретаемые организацией торговли для перепродажи, могут поступать непосредственно к ней на склад, а могут приниматься торговой организацией вне собственного склада.

 Осуществляя приемку на своем складе, организация торговли может заверить сопроводительный документ своим штампом, в этом случае не требуется доверенность. Проставление штампа на сопроводительном документе означает, что торговая организация приняла товары.

 Если же приемка осуществляется вне склада покупателя (на складе поставщика, на железнодорожной станции, пристани, в аэропорту), то получение товара осуществляется материально-ответственным лицом организации торговли по доверенности, обязательно с предъявлением паспорта. Доверенность является необходимым документом, она подтверждает право материально-ответственного лица торговой организации на получение товара.

 Порядок оформления доверенностей и получения по ним товаров устанавливается главой 10 "Представительство. Доверенность" ГК РФ и Инструкцией от 14 января 1967 года №17 "О порядке выдачи доверенностей на получение товарно-материальных ценностей и отпуска их по доверенности", утвержденной Минфином СССР (применяется в части не противоречащей ГК РФ и Закону о бухгалтерском учете).

 Статьей 185 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ) установлено, что доверенностью признается письменное уполномочие, выдаваемое одним лицом другому лицу для представительства перед третьими лицами.

 Доверенность от имени юридического лица выдается за подписью его руководителя или иного лица, уполномоченного на это его учредительными документами, с приложением печати этой организации. Срок действия доверенности не может превышать трех лет. Если срок в доверенности не указан, она сохраняет силу в течение года со дня ее совершения. Доверенность, в которой не указана дата ее совершения, ничтожна.

 Доверенности применяются для оформления права лица выступать в качестве доверенного лица организации при получении материальных ценностей, отпускаемых поставщиком по наряду, счету, договору, заказу, соглашению.

 Доверенность в одном экземпляре оформляет [бухгалтерия](http://www.klerk.ru/buh/articles/31286/##) организации и выдает под расписку получателю.

 Выдача доверенностей лицам, не работающим в организации, не допускается. Доверенность должна быть полностью заполнена и, иметь образец подписи лица, на имя которого выписана. Срок выдачи, как правило, - 15 дней. Доверенность на получение товарно-материальных ценностей в порядке плановых платежей может быть выдана на календарный месяц.

 В соответствии с Инструкцией от 14 января 1967 года №17 "О порядке выдачи доверенностей на получение товарно-материальных ценностей и отпуска их по доверенности", утвержденной Минфином СССР выдача доверенностей, полностью или частично не заполненных, и доверенностей без образцов подписи лиц, на имя которых они выписаны, не допускается.

 При лишении доверенного лица права на получение ценностей по выданным ему доверенностям, срок действия которых еще не истек, доверенности у него отбираются, при этом организация торговли - получатель товарно-материальных ценностей, немедленно ставит в известность поставщика об аннулировании соответствующих документов. С момента получения такого извещения отпуск ценностей по аннулированной доверенности прекращается. В этих случаях за отпуск ценностей по аннулированным доверенностям ответственность несет поставщик.

 Лицо, которому выдана доверенность, обязано, не позднее следующего дня после каждого получения ценностей, независимо от того, получены товарно-материальные ценности по доверенности полностью или частями, представить в бухгалтерию организации документы о выполнении поручений и о сдаче на склад или соответствующему материально ответственному лицу полученных им товарно-материальных ценностей.

 Неиспользованные доверенности должны быть возвращены в бухгалтерию организации на следующий день после истечения срока действия доверенности.

 О возвращении неиспользованной доверенности делается отметка в корешке книжки доверенностей или в журнале учета выданных доверенностей (в графе "Отметки о выполнении поручений"). Возвращенные неиспользованные доверенности погашаются надписью "Не использована", и хранятся до конца отчетного года у лица, ответственного за их регистрацию. По окончании года такие неиспользованные доверенности уничтожаются с составлением об этом соответствующего акта. Лицам, которые не отчитались в использовании доверенностей, по которым истек срок действия, новые доверенности не выдаются.

 Доверенности независимо от срока их действия отбираются поставщиком при первом отпуске товаров. В случае отпуска товарно-материальных ценностей частями, на каждый частичный отпуск составляется накладная (приемо-сдаточный акт или другой аналогичный документ) с указанием в ней номера доверенности и даты ее выдачи. В этих случаях один экземпляр накладной (или заменяющий ее документ) передается представителю торговой организации, а другой - подкладывается к оставшейся у поставщика доверенности и используется для наблюдения и контроля над исполнением отпуска товаров согласно доверенности, а также для предъявления счета покупателю.

 По окончании отпуска товарно-материальных ценностей доверенность сдается в бухгалтерию вместе с документами на отпуск последней партии ценностей по сдаваемой доверенности.

 При получении и отпуске товарно-материальных ценностей по доверенности печать организации-получателя на накладной не ставится, так как ею заверена доверенность. Получение товаров удостоверяется подписью лица, которому выдана доверенность, причем эта подпись должна быть идентична указанной в доверенности.

 Порядок приемки товаров и ее документальное оформление зависят от места приемки, характера приемки (по количеству, качеству, комплектности), от степени соответствия договора поставки сопроводительным документам (наличие или отсутствие) и так далее.

 Приемка товаров по количеству в торговой организации предусматривает проверку соответствия фактического наличия товара данным, содержащимся в транспортных, сопроводительных и (или) расчетных документах.

Порядок приемки товаров в торговле регулируется:

-положениями главы 30 "Купля-продажа" ГК РФ;

-Инструкцией о порядке приемки продукции производственно - технического назначения и товаров народного потребления по количеству, утвержденной Постановлением Госарбитража СССР от 15 июня 1965 года №П-6;

-Инструкцией о порядке приемки продукции производственно - технического назначения и товаров народного потребления по качеству, утвержденной Постановлением Госарбитража СССР от 25 апреля 1966 года №П-7;

-Инструкцией о порядке и сроках приемки импортных товаров по количеству и качеству, составления и направления [рекламационных](http://www.klerk.ru/buh/articles/31286/##) актов, утвержденной Госарбитражем СССР 15 октября 1990 года;

-Методическими рекомендациями по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли, утвержденных Письмом Комитета Российской Федерации по торговле от 10 июля 1996 года №1-794/32-5;

-Постановлением Госкомстата Российской Федерации от 25 декабря 1998 года №132 "Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету торговых операций".

 Порядок приемки товаров по количеству и качеству, установленный Инструкцией о порядке приемки продукции производственно - технического назначения и товаров народного потребления по количеству, утвержденной Постановлением Госарбитража СССР от 15 июня 1965 года №П-6, и Инструкцией о порядке приемки продукции производственно - технического назначения и товаров народного потребления по качеству, утвержденной Постановлением Госарбитража СССР от 25 апреля 1966 года №П-7, применяется покупателем, в том случае, если такой порядок предусмотрен договором поставки.

 Однако, если порядок приемки товаров по количеству и качеству не определен договором, то это обстоятельство не является основанием для освобождения поставщика от ответственности за нарушение соответствующих условий договора.

 При нарушении правил приема и сроков торговые организации лишаются возможности предъявления претензий поставщикам или транспортным организациям при недостаче или снижении качества товаров.

 Акты о приемке товаров по количеству составляются в соответствии с фактическим наличием товаров данным, содержащимся в транспортных, сопроводительных или расчетных документах. При приемке товаров по качеству и комплектности должны выполняться требования к качеству товаров, предусмотренные договором или контрактом.

 В случае несоответствия фактического наличия товаров или отклонения по качеству, установленному в договоре, или данным, указанным в сопроводительных документах, должен составляться акт (формы №ТОРГ-2 и №ТОРГ-3), который является юридическим основанием для предъявления претензий поставщику. В сопроводительном документе следует сделать отметку об актировании.

 Если в момент приемки товара выявлено несоответствие веса брутто весу, указанному в сопроводительных документах, покупатель не должен вскрывать тару и упаковку. Если при правильности веса брутто недостача товара установлена в ходе проверки веса нетто или количества товарных единиц в отдельных местах, то покупатель вправе приостановить приемку остального груза. Тару, упаковку вскрытых мест и товары, находившиеся в них, необходимо сохранить, а затем передать представителю организации отправителя.

 То есть, при обнаружении отклонений по количеству, качеству представитель торговой организации обязан:

-приостановить приемку;

-обеспечить сохранность товара и принять все необходимые меры к предотвращению его смешения с другим однородным товаром;

-вызвать представителя поставщика для составления двустороннего акта.

 Уведомление о вызове представителя отправителя (поставщика) должно быть направлено ему не позднее 24-х часов, а в случае скоропортящихся товаров - немедленно.

 В случае, когда поставщик и покупатель находятся в одном городе, представитель поставщика должен явиться не позднее следующего дня после получения вызова, если в уведомлении не указан иной срок, а в случае приемки скоропортящихся товаров - в течение 4-х часов после извещения о вызове. В том случае, если поставщик иногородний, его представитель должен прибыть на приемку не позднее трех дней после получения вызова, не считая времени, необходимого для проезда. Представитель организации отправителя (поставщика) должен иметь при себе удостоверение на право участия в приемке товара у покупателя.

Какой акт необходимо составить определяется в зависимости от вида получаемого товара:

* Акт по форме №ТОРГ-2 применяется при приемке отечественных товаров и составляется в четырех экземплярах.
* Акт по форме №ТОРГ-3 применяется в случае получения импортных товаров и составляется в пяти экземплярах.

 Акты составляются по результатам приемки членами комиссии и экспертом организации, на которую возложено проведение экспертизы. Акты составляются с участием представителей организаций поставщика и получателя или представителем организации-получателя с участием компетентного представителя незаинтересованной организации.

 Акты составляются отдельно по каждому поставщику на каждую партию товара, поступившую по одному транспортному документу.

 Товарно-материальные ценности, по которым не установлены расхождения по количеству и по качеству, в актах не перечисляются, о чем делается отметка в конце акта следующего содержания: "По остальным товарно-материальным ценностям расхождений нет".

 В акте отражается состав комиссии с обязательным указанием должности, фамилий и инициалов её членов. В состав комиссии входят материально-ответственные лица торговой организации, представитель поставщика (возможно составление акта в одностороннем порядке при согласии поставщика или его отсутствии), а также представитель третьей незаинтересованной стороны. Акт подписывается всеми членами комиссии, а утверждается руководителем организации-получателя.

К акту должны быть приложены:

-документы изготовителя (отправителя, поставщика), подтверждающие количество и комплектность товаров;

-упаковочные ярлыки из тарных мест, в которых установлены ненадлежащее качество и комплектность товара;

-пломбы от тарных мест, в которых обнаружена недостача;

-подлинный транспортный документ;

-документ, удостоверяющий полномочия представителя, участвовавшего в приемке;

-акт отбора образцов (проб) и заключение по результатам их анализа;

-акт о несоответствии фактического качества и комплектности товаров данным, содержащимся в документе, удостоверяющем их качество и комплектность;

-другие документы, подтверждающие причины плохого качества товаров или их некомплектность.

 При приемке товарно-материальных ценностей акты о приемке с приложением документов (счета-фактуры, накладные и так далее) передаются в бухгалтерию под расписку и для направления претензионного письма поставщику или транспортной организации, доставившей груз. Акты приемки товаров по количеству и качеству регистрируются и хранятся в порядке, установленном организацией получателя - торговой организацией.

 Если при приемке товара одновременно с недостачей выявились излишки по сравнению с количеством товара, указанным в товаросопроводительных документах поставщика, данные о них также указываются в акте.

 При закупке товара или его приемке руководителям торговых организаций необходимо следить за наличием сертификата соответствия на закупаемый товар. Торговые организации по законодательству несут ответственность за качество реализуемых товаров и при отсутствии необходимых сертификатов, указанные организации могут быть подвергнуты штрафам.

 Возврат товара поставщику при обнаружении брака в процессе реализации товара, при несоответствии товара стандарту или согласованному образцу по качеству, некомплектности товаров осуществляется путем оформления расходной накладной (форма №ТОРГ-12). Условия возврата товара поставщику могут быть различны и оговариваются в договоре поставки.

 Если торговая организация приобретает товар у импортера, то, как правило, условия приемки товаров по количеству и качеству устанавливаются в договорах с иностранными поставщиками. Если же порядок и сроки приемки товаров не были специально оговорены в договоре, то необходимо руководствоваться Инструкцией о порядке и сроках приемки импортных товаров по количеству и качеству, составления и направления рекламационных актов, утвержденной Госарбитражем СССР 15 октября 1990 года.

 Приемка товаров, поступивших в ненарушенной таре от иностранного поставщика, осуществляется в обычном порядке, как и приемка товаров от отечественного поставщика. Если установлено несоответствие количества и (или) качества товара договору, составляется рекламационный акт (форма №ТОРГ-3). Акт должен составляться в присутствии материально ответственного лица покупателя, представителя иностранного поставщика (при согласии поставщика возможно составление акта в его отсутствие) и экспертов Торгово-промышленной палаты. Если невозможно присутствие представителей Торгово-промышленной палаты, то товар принимается с участием представителей других незаинтересованных организаций. Рекламационный акт составляется отдельно по каждому иностранному поставщику на каждую партию товара, поступившую по одному транспортному документу.

 Оформленные документы на приемку товаров являются основанием для расчетов с поставщиками и их данные не могут быть пересмотрены после приемки товаров в организации (за исключением потерь товаров от естественной убыли и боя при транспортировке).

 Коммерческая деятельность в розничной торговле должна развиваться с учетом происходящих изменений в экономике переходного периода. Для достижения этой цели может служить целевая программа стратегического планирования коммерческой деятельности розничного торгового предприятия. Она является экономически обоснованием развития предприятия на коммерческой основе, позволяет оценить собственные потенциальные возможности, содержит контрольные показатели в решении коммерческих задач, обеспечивает формирование финансовых ресурсов.

 Итак, основные цели коммерческой работы заключается в обеспечении доведения товаров до покупателей и качественном торговом обслуживании с учетом требований рынка. Этому способствуют новые условия хозяйствования предприятий розничной торговли. Коммерческой деятельности должен быть присущ высокий динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и внешней среде, ресурсном потенциале, технологии торговли, финансовом состоянии, что составляет основу функционирования розничного торгового предприятия.

**2.Инвестиции в коммерческие инновации в торговле**

ИНВЕСТИЦИИ — все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательской и другой деятельности, в результате которой образуется доход (прибыль) или достигается социальный эффект.

Такими ценностями являются:

1) денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги;

2) движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности);

3) интеллектуальные ценности;

4) права пользования землей и другими природными ресурсами и т. д.

Инновационная деятельность совместно с инвестиционной играют большую роль в обеспечении качества и темпов экономического роста. Их оздоровительное воздействие особенно эффективно проявляется в периоды кризисных явлений. Для преодоления кризиса 2008-2010гг. и возрождения российской экономики реализуется правительственная программа антикризисных мер.

В числе семи приоритетов этой программы:

-стимулирование инновационной активности в экономике;

-господдержка реализации программы развития компаний.

 Инвестиционная деятельность предприятия важная неотъемлемая часть его общей хозяйственной деятельности. Значение инвестиции в экономике предприятия трудно переоценить.

 В самом общем виде инвестиции определяются как денежные средства, банковские вклады, вкладывающие в объекты предпринимательской деятельности или других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта.

 По финансовому определению инвестиции - это все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода.

 Экономическое определение инвестиций трактуется как расходы на создание, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение основного капитала, а также не связанные с этим изменения оборотного капитала.

 Инвестиции в рыночной экономике как процесс вложения средств в любой форме неразрывно связаны с получением дохода или какого-либо эффекта.

 Инвестиции – это ресурс, затрачивая который можно получить намеченый результат. Таким образом, сущность инвестиций содержит в себе сочетание сторон инвестиционной деятельности: затрат ресурсов и результатов. Если затраты ресурса, т.е. инвестиций, не приводят к желаемому результату, то они становятся бесполезными.

 Инвестиции представляют собой вложение капитала в развитие материально-технической базы за счет чего, обновляются и совершенствуются, технологические возможности предприятия, приобретаются основные средства. Инвестиции в нововведения коммерческой деятельности позволяют сохранить конкурентные преимущества.

 С развитием свободной торговли источниками инвестирования становятся банковские кредиты, денежные средства предприятий и частных лиц. Эффективность инвестиций определяется расширением возможностей применения инвестиционного капитала, что приводит к быстрому вводу новых технологий, производств и объектов.

 Инвестиции в системе хозяйствования можно разделить на две группы: реальные (физические) и финансовые. К первым следует отнести капитальные вложения в новое строительство, приобретение, реконструкцию и обновление действующих основных фондов, а также вложения средств в создание материальных производственных ресурсов, необходимых для последующего потребления, ко вторым- вложения финансовых средств, в приобретение акций, облигаций и других ценных бумаг, целевые денежные вклады, банковские депозиты.

 Инвестиционная политика, направленная на привлечение капитала, должна привести к увеличению инвестиционных ресурсов, которые необходимы для развития торговых предприятий.

 Механизм инвестирования торгового предприятия основан на накоплении, сбережении и воспроизводстве капитала. Этот процесс позволяет охарактеризовать поступления средств как вложение в приобретение и обновление средств производства в целях увеличения мощности и получения предприятием дохода. Реальные инвестиции обеспечивают инновационное развитие, тем самым, реализуя решения стратегического развития предприятия.

 С точки зрения финансово-инвестиционного обеспечения выделяются краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные инвестиции. Краткосрочные инвестиции - вложение капитала на период до одного года;

Среднесрочные - на период более одного года до двух-трех лет;

Долгосрочные инвестиции - вложение капитала на период более трех лет.

 Инвестиционная деятельность торгового предприятия определяется следующими этапами:

 -анализ инвестиционной активности и возможностей торгового предприятия;

 -определение объемов инвестиций предприятия, направляемых на реконструкцию (обновление или преобразование) торгово- технологических процессов;

 -создание инвестиционных проектов и разработка бизнес-плана, в котором оцениваются уровень доходности и ожидаемые результаты от вложенных средств;

 -освоение инвестиционных программ по привлечению капитала в рамках собственных финансовых средств и/или заемных - кредитов;

 -осуществление подготовительных мероприятий по выявлению и предупреждению возможных рисков, снижению потерь;

 -внедрение и реализация сформированной инвестиционной программы, включающей конкретные инвестиционные проекты, которые выполняются в соответствии с календарным планом работ и бюджетом исполнения. В календарном плане определяются базовые периоды работ, привлекаемые субподрядчики, ответственные исполнители. Бюджет исполнения представляет собой финансовый план, отражающий смету затрат, расходы и поступления средств, связанные с тем или иным инвестиционным проектом.

 Совершенствование хозяйственных процессов, реструктуризация, инжиниринг и реинжиниринг бизнеса связаны с инновациями.

**Инновация** – нововведение, новая или усовершенствованная продукция или технология, полученная в результате инновационного процесса.

**Инновационный процесс** – научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектно-технологические и экспериментальные работы, а также работы по изготовлению и эксплуатации новой продукции, новых технологических процессов и новых способов организации производства, труда и управления.

 Важнейшей составляющей инноваций торгового предприятия является совершенствование **технологии торговли**, которая представляет собой совокупность работ, обеспечивающих реализацию торгового процесса наиболее рациональными способами в соответствии с конкретными хозяйственными условиями. При подготовке новых технологических процессов учитывают следующие условия: вид и тип предприятия торговли, вид торговой структуры, субъект торговли, материально-техническую базу, технологию торговли и торговое оборудование предприятия, технические средства, объект торговли, процессы купли-продажи и товародвижение, торговое обслуживание, состояние рынка, жизненный цикл нововведения.

**Основная задача нововведений в торговле** – обеспечить высокое качество процессов купли-продажи и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности в целом, наиболее эффективно использовать здания, торговые площади, торговое оборудование, технические средства, программные продукты, заменять торговое оборудование и технические средства наиболее совершенными видами, совершенствовать организацию торговых процессов и управление ими, создавать необходимые условия для роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности работы организации в целом.

 Нововведения могут сопровождаться всесторонней перестройкой торгового процесса, изменением форм организации торговли, методов планирования, учёта, управления, заменой торговых площадей, оборудования, технических средств, созданием новых, заменой устаревших программных продуктов, информационных систем и технологий, формированием автоматизированной системы управления (АСУ) и т. д.

 Реализация нововведений имеет конечной целью достижение лучших результатов в сравнении с альтернативой. Цена на принципиально новую продукцию должна найти признание у покупателя, в то время как цена на продукцию по обычному инвестиционному проекту уже получила своё подтверждение на рынке. Всё это связывает инновационные процессы с более высоким риском, чем инвестиционная деятельность.

 Торговля — наиболее подходящая сфера для инноваций. В качестве доказательства можно привести любопытный факт: несколько лет тому назад французы, которым в ходе социологического опроса предложили назвать новшества, существенно повлиявшие на их повседневную жизнь, главным образом говорили о появлении гипермаркетов, набравших в итоге больше голосов, чем сверхскоростные поезда на воздушной подушке.

Что такое инновации?

Прежде всего, следует разделять «улучшения» и «инновации». Любое улучшение происходит на базе чего-то уже существующего. Инновация же — создание нового, доселе не известного.

Компании добиваются конкурентных преимуществ посредством инноваций. Они осваивают новые методы достижения конкурентоспособности или находят лучшие способы конкурентной борьбы при использовании старых способов. Инновации могут проявляться в новом дизайне продукта, в новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу или в новой методике повышения квалификации работников. В своем большинстве инновации оказываются достаточно простыми и небольшими, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве. В этот процесс часто вовлекаются идеи, даже не являющиеся "новыми" – идеи, которые буквально "витали в воздухе", но не применялись целенаправленно. При этом всегда происходит вложение капитала в повышение квалификации и получение знаний, в физические активы и повышение репутации торговой марки.

Некоторые инновации создают конкурентные преимущества, порождая принципиально новые благоприятные возможности на рынке или же позволяют заполнить сегменты рынка, на которые другие соперники не обратили внимания.

В скором времени инновационная деятельность может получить свой собственный закон. Депутаты Госдумы готовят к рассмотрению очередную версию законопроекта "Об инновационной деятельности в РФ". Предлагается вести инновационную деятельность на основе сочетания принципов саморегулирования и государственного регулирования в пределах, не нарушающих свободу научного творчества.

# **ЗАДАЧА № 17**

Определить уровень товарных запасов за последнее число мая и июня и рассчитать товарооборачиваемость за II квартал исходя из следующих данных по торговому предприятия.

(млн.руб.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Месяцы | Товарные запасы на начало месяца | Т/об за месяц |
| апрель | 9750 | 6128 |
| май | 8900 | 4530 |
| июнь | 8850 | 3898 |
| июль | 9400 |  |

Решение

1. Рассчитаем уровни товарных запасов за последнее число мая и июня:

Утз = ТЗ \* Д / То

где ТЗ - товарные запасы на конец анализируемого периода;

 Д – количество дней в анализируемом периоде;

 То – объем товарооборота за анализируемый период.

Утз май = 8850\*30/4530 = 58,61 ≈ 59 дней

Утз июнь = 9400\*30/3898 = 72,34 ≈ 73 дня

Следовательно, уровень товарных запасов на последнее число мая составил 59 дней, т.е. товарного запаса достаточно на 59 дней торговли. В июне товарного запаса достаточно на 73 дня торговли.

2. Рассчитаем время товарного обращения за II квартал.

Вто = ТЗср \* Д / То

где ТЗср – средний товарный запас за анализируемый период

ТЗср = (0,5\*ТЗ1 + ТЗ2 + … + 0,5ТЗn) / (n – 1)

где ТЗ1 … ТЗn – величина товарных запасов на отдельные даты анализируемого периода;

 n – количество дат, за которые берется величина запасов.

ТЗср = (0,5 \* 9750 + 8900 + 8850 + 0,5 \* 9400) / (4 – 1) = 9108,33 млн.руб.

ТоII = 6128 + 4530 + 3898 = 14556 млн.руб.

Вто = 9108,33 \* 90 / 14556 = 56,32 ≈ 57 дней

Следовательно, 57 дней во II квартале товарные запасы находились в сфере обращения, т.е. средний товарный запас обращался во II квартале 57 дней.

3. Определим коэффициент оборачиваемости за II квартал.

Ко = То / ТЗср

Ко = 14556 / 9108,33 = 1,6 раза

Следовательно, 1,6 раза оборачивались средние товарные запасы во II квартале.

*Ответ:* уровень товарных запасов за последнее число мая и июня – 59 и 73 дня соответственно; время товарного обращения за II квартал - 57 дней; коэффициент оборачиваемости за II квартал - 1,6 раза.

**Список использованной литературы:**

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -8-е изд.перераб. и доп.-М.: Дашков и Ко, 2005;
2. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2005;.
3. Сафронов Н.А. Экономика организации предприятия Магистр М,2009;
4. Чернов В. А. Инвестиционная стратегия: Учеб. пособие для вузов. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003;
5. «Российская Бизнес-газета» №740 (7) от 2 марта 2010г;
6. Инструкция от 14 января 1967 года №17 "О порядке выдачи доверенностей на получение товарно-материальных ценностей и отпуска их по доверенности", утвержденной Минфином СССР;
7. Инструкция о порядке приемки продукции производственно - технического назначения и товаров народного потребления по количеству, утвержденной Постановлением Госарбитража СССР от 15 июня 1965 года №П-6;
8. Инструкция о порядке приемки продукции производственно - технического назначения и товаров народного потребления по качеству, утвержденной Постановлением Госарбитража СССР от 25 апреля 1966 года №П-7;
9. Инструкция о порядке и сроках приемки импортных товаров по количеству и качеству, составления и направления [рекламационных](http://www.klerk.ru/buh/articles/31286/##) актов, утвержденной Госарбитражем СССР 15 октября 1990 года;
10. Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли, утвержденных Письмом Комитета Российской Федерации по торговле от 10 июля 1996 года №1-794/32-5;
11. Постановление Госкомстата Российской Федерации от 25 декабря 1998 года №132 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету торговых операций»;
12. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник/ Л.И.Кравченко. – 9-е изд.,испр. - Москва: Новое знание, 2007. – 509с.
13. Экономика торгового предприятия: учебник / А.И. Гребнев [и др.]; под общ.ред. А.И. Гребнева. – Москва: Экономика, 2007. – 238с.Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и уп­равление: учебник / Р. И. Бунеева. — Ростов н/Д: Феникс, 2009. — 365 с.
14. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г.Платонов, Т.К. Серегина. – Москва: Информационно – вычислительный центр маркетинг, 2008. – 328с.

***Кодексы***

 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-Ф3;

 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14-Ф3;

***Федеральные законы***

 от 7 февраля 1992 г. №2300-I «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 22 августа 2004г.);

 от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»;

 от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании».

|  |  |
| --- | --- |
|  от 18 декабря 2006 г. № 232-ФЗ "Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений**";** |  |

 ***Указы Президента Российской Федерации***

Постановления Правительства Российской Федерации

от 21 июля 1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи по образцам»;

от 19 января 1998 г. № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, Перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара и Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размеров, формы, габарита, фасона, расцветки.