

Голиков Е.А.

Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность: Учебно-практическое пособие. /Е.А. Голиков. — М.: Издательство «Экзамен», 2003. — 352 с.

Данная книга поможет оптовику получить ответы на важные для его бизнеса вопросы: как обеспечить оптимальное товародвижение на оптовом предприятии, как сформировать систему менеджмента оптовику, как управлять финансами и проводить ценообразование, как работать с заказами потребителей и организовать закупку и продажу. Особое внимание в книге уделено двум основным факторам успеха фирмы-оптовика— маркетингу и логистике.

Книга предназначена для руководителей и специалистов, вплоть до рядовых сотрудников всех оптовых фирм, а также преподавателей, студентов, учащихся и лиц, занимающихся повышением квалификации в областях и производства, и торговли.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Оптовая торговля как профессиональная деятельность	7
1.1. Организация товародвижения в сфере обращения	7
1.2. Современные взгляды на оптовую торговлю как объект логистизации.....	22
1.3. Укрупненная модель функций технологического управления товародвижением на фирме-оптовике	29
1.4. Модель планирования хозяйственной деятельности фирмы-оптовика.....	35
Глава 2. Модель формирования системы менеджмента фирмы-оптовика как организационной предпосылки перехода к реализации ее планов и программ.....	38
2.1. Общие положения по построению модели системы менеджмента	38
2.2. Организация менеджмента как практикит управления на фирме-оптовике	39
2.3. Определение формы владения собственностью на фирме-оптовике.....	42
2.4. Требования менеджмента к структуризации штабных служб фирмы-оптовика.....	43
Глава 3. Интегрированная модель организации и технологии товародвижения фирмы-оптовика по цепи звеньев (от закупок до сбыта товаров)	48
3.1. Структура интегрированной модели организации и технологии товародвижения	48
3.2. Структура первой подмодели, реализующей технологию создания рыночного продукта на фирме-оптовике.....	50
3.3. Структура второй подмодели по организационно-финансовому обслуживанию товародвижения фирмы-оптовика	51
Глава 4. Организация работы по формированию заказов потребителей.....	52
4.1. Подготовка потребителем заказа на поставку товаров (оказание услуг) и способы передачи заказа	52
4.2. Наличный расчет за товары и кредитование потребителей.....	57
4.3. Определение стоимости заказа и копирование документов	60
Глава 5. Планирование закупок и снабжения фирмы-оптовика	63
5.1. Содержание работ по закупке товаров р и материальному есурсообеспечению фирмы-оптовика.....	63
5.2. Факторы, влияющие на планирование закупок ..	65
5.3. Отдел закупок и его функции.....	69
5.4. Формирование заказа на закупку товара оптовика.....	74
Глава 6. Организация доставки товаров на склад фирмы-оптовика и приемки закупленных товаров на складе	77
6.1. Организация доставки товаров от поставщика на оптовый склад.....	77
6.2. Технологическая операция приемки закупленного товара на склад фирмы-	

оптовика.....	92
Глава 7. Хранение товара на складе фирмы-оптовика, управление запасами и инвентаризация наличных запасов	106
7.1. Хранение товара на складе фирмы-оптовика	106
7.2. Управление товарными запасами на фирме-оптовике	123
7.3. Инвентаризация наличных запасов.....	133
Глава 8. Выполнение заказов товарополучателей и организация продаж	139
8.1. Содержание работ по выполнению заказов товарополучателей	139
8.2. Организация работ по продаже товаров со склада.....	148
8.3. Организация внешних продаж.....	160
Глава 9. Технологический процесс отгрузки товаров потребителям и их транспортно-экспедиционное обслуживание.,,	172
9.1. Технологический процесс отгрузки товаров потребителям,	172
9.2. Транспортно-экспедиционное обслуживание потребителей	184
Глава 10. Управление финансами и ценообразование	195
10.1. Управление финансами.....	197
10.2. Задачи кассира-контролера.....	214
10.3. Анализ финансовой деятельности фирмы-оптовика	222
10.4. Ценообразование.....	238
Глава П. Организация работ по обеспечению безопасности	249
Глава 12. Маркетинг в оптовой торговле как первый ключевой фактор успеха фирмы-оптовика	258
12.1. Маркетинговая среда фирмы-оптовика.....	258
12.2. Основы маркетинговых коммуникаций фирмы-оптовика	276
12.3. Расчет общего бюджета на стимулирование	290
12.4. Формирование комплекса стимулирования	294
Глава 13. Логистика в оптовой торговле как второй ключевой фактор успеха фирмы-оптовика	298
13.1. Систематизация потоковых процессов в реформируемой экономике России.....	298
13.2. Взаимосвязь технологических и логистических цепей в процессе преобразования исходных ресурсов в товары и услуги фирмы- оптовика.....	304
13.3. Моделирование функций логистического управления закупочно-набженческими потоковыми процессами на фирме-оптовике.....	319

Глава 14. Моделирование функций логистического управления складскими и распределительно-сбытовыми потоковыми процессами на фирме-оптовике	323
14.1. Ориентированная на логистику структуризация хозяйственного аппарата фирмы-оптовика	323
14.2. Моделирование функций логистического управления складскими	и
распределительно-сбытовыми потоковыми процессами на фирме-оптовике	328
14.3. Аппарат распределения	338
Глава 15. Содержание логистики маркетинга и отдача от нее	341
15.1. Содержание логистики маркетинга	341
15.2. Выполнение поставок — отдача от логистики маркетинга	344
ЛИТЕРАТУРА	349