Содержание

Введение.....3
1.Организация и предмет деятельности предприятия.....4
2.Организация торгового предприятия.....6
3.Склады и складное производство.....9
4.Маркетинговая оценка деятельности предприятия.....13
5.Организация товароснабжения.....15
6.Формирование ассортимента.....21
7.Документы в торговом процессе.....32
Заключение.....34
Список использованной литературы.....35

Введение

Целью практической подготовки обучающихся является закрепление теоретических знаний по изученным дисциплинам и профессионально-практическая подготовка обучающихся по выбранному направлению подготовки.

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы

Задачи практики

Задачами учебной практики являются: - изучение содержания и форм организации работы предприятия;

- изучение номенклатуры, ассортимента, форм и методов контроля качества непродовольственных и продовольственных товаров;

- изучение организации торгового и технологического процессов торгового предприятия;

- товароведческая оценка соответствия качества, условий хранения и транспортирования продукции требованиям нормативных материалов;

- знакомство с устройством и оборудованием магазинов, складов;

- изучение системы документооборота;

- оценка процесса формирования ассортимента и системы товароснабжения;

- использование маркетинга в деятельности предприятия

1.Организация и предмет деятельности предприятия

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЛК-СЕРВИС"

ОГРН

1026103271754

от 24 сентября 2002 г.

ИНН/КПП

6164077518

616401001

Дата регистрации

22.04.1999

Уставный капитал

10 000 руб.

Все реквизиты (ФНС / ПФР / ФСС / РОССТАТ)

Юридический адрес

344011, Ростовская область, город Ростов-на-Дону, Гвардейский пер., д.5

Еще 2 организации по этому адресу

Руководитель

Генеральный директор

Лопатюк Александр Яковлевич

с 10 февраля 2009 г.

Оптовая компания ООО ЛК-Сервис занимается: сладкими подарками из конфет, продажей консервов, тушенки, продажей и производством макарон.

Таблица 1 – Основные виды деятельности

46.37	Торговля оптовая кофе, чаем, какао и пряностями?
46.34.1	Торговля оптовая соками, минеральной водой и прочими безалкогольными напитками
46.36	Торговля оптовая сахаром, шоколадом и сахаристыми

	кондитерскими изделиями
46.31	Торговля оптовая фруктами и овощами
46.4	Торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами
46.45	Торговля оптовая парфюмерными и косметическими товарами
46.44.2	Торговля оптовая чистящими средствами
46.38	Торговля оптовая прочими пищевыми продуктами, включая рыбу, ракообразных и моллюсков

Уставный капитал ООО "ЛК-СЕРВИС" составляет 10 тыс. руб. Это минимальный уставный капитал для организаций, созданных в форме ООО.

В 2021 году организация получила выручку в сумме 168 млн руб., что на 12,2 млн руб., или на 7,8%, больше, чем годом ранее.

По состоянию на 31 декабря 2021 года совокупные активы организации составляли 84,6 млн руб. Это на 5,1 млн руб. (на 5,6%) меньше, чем годом ранее.

Чистые активы ООО "ЛК-СЕРВИС" по состоянию на 31.12.2021 составили 6,5 млн руб.

Результатом работы ООО "ЛК-СЕРВИС" за 2021 год стала прибыль в размере 677 тыс. руб. Это на 119,8% больше, чем в 2020 г.

Организация не применяет специальных режимов налогообложения (находится на общем режиме).

Организация числится в реестре малых предприятий. В соответствии с законодательством РФ в категорию малых попадают организации с годовой выручкой до 800 млн. руб. и численностью сотрудников до 100 человек.

2.Организация торгового предприятия

Отдел чайной продукции формируется в группе бакалейных товаров, которая обычно находится в глубине торгового зала. Допускается выкладка чая двумя способами - по производителям и по категориям. Рядом с чаем должны находиться кофе, какао, кондитерские изделия, различные джемы и конфитюры.

Чай можно выкладывать в непосредственной близости с дорогими спиртными напитками табаком, курительными принадлежностями. Для реализации упакованного чая достаточно использовать обыкновенные стеллажи. Оптимальным является вертикальное расположение товаров одного производителя. При этом рекомендуется при выкладке чая использовать следующие правила:

На уровне глаз (самые выгодные полки для выкладки товаров) важно размещать такие упаковки чая, которые пользуются наибольшим спросом (наибольший показатель продаж).

Как правило, это самые маленькие упаковки (чай непакетированный); На нижних полках располагаются упаковки по правилу: чем больше масса упаковки, тем на более низкой полке она находится; на полке чуть выше уровня глаз располагаются товары с ярко выраженными вкусовыми характеристиками, новые сорта на самой верхней полке целесообразно не делать массовую выкладку, как это обычно делается в большинстве магазинов, а использовать ее для создания имиджа товара/производителя.

Торговое оборудование для чая является не только неотъемлемой частью интерьера любой точки продаж, но и эффективным средством построения рекламных коммуникаций внутри магазина. Поэтому у производителей продукции все больший интерес вызывает брэндированное торговое оборудование для чая, служащее не только в качестве места выкладки товара, но и как интерьерный рекламоноситель.

Эффективность такой рекламы была подтверждена десятилетиями успешного применения на рынках Америки и Европы и апробирована большинством транснациональных компаний и локальных торговых марок.

Сегодня брэндированное торговое оборудование для чая с успехом применяется и в России, где растущая конкуренция, ряд ограничений на наружную рекламу и быстро развивающийся рынок розничных сетей продаж способствуют обострению борьбы за каждого покупателя.

Рекламная группа на собственной производственной базе изготавливает торговое оборудование для чая для всех типов точек продаж.

Индивидуальные дизайнерские решения и возможность комплексного подхода к оформлению интерьера и наружного оформления точки продаж подчеркнут уникальный стиль и концепцию магазина. Торговые витрины и торговые стеллажи являются неотъемлемой частью интерьера любой точки продаж. Помимо выполнения своего основного предназначения, они так же представляют собой исключительно эффективный рекламоноситель.

Настоящие санитарные правила распространяются на все существующие предприятия продовольственной торговли, к которым относятся: продовольственные базы, склады, хранилища, продовольственные магазины, мелкорозничные предприятия, независимо от ведомственной принадлежности и форм собственности (кроме холодильников).

Проектирование новых и реконструкция существующих предприятий продовольственной торговли должны производиться в соответствии с настоящими санитарными правилами. Министерства, ведомства, проектные организации, государственные, кооперативные и др. предприятия обязаны представлять на согласование органам государственной санитарно-эпидемиологической службы проектно-сметную документацию на строительство предприятий продовольственной торговли по индивидуальным проектам, а также на проведение реконструкции и капитальных ремонтов существующих предприятий.

Соблюдение этих требований гарантирует выпуск безупречной в санитарном отношении продукции и ее высокое качество. Упавшую на пол продукцию, полуфабрикаты или сырье следует собирать в специальную тару, предназначенную для санитарного брака. О поступлении на участок испорченного или подозрительного по качеству сырья либо обнаружении в сырье полуфабрикатах или готовых изделиях посторонних предметов рабочий обязан немедленно сообщить администрации и не допускать дальней шей обработки таких материалов.

Таблица 2 – Показатели и значения рентабельности продукции

Показатель	Значение
Сумма первоначальных инвестиций	500 тыс. руб.
Ежемесячные расходы	120 тыс. руб.
Месячный доход	250-350 тыс. руб.
Чистая прибыль в месяц	130-230 тыс. руб.
Срок окупаемости	От 12 месяцев

3.Склады и складное производство

Склад - это сложное техническое сооружение, которое состоит из многочисленных взаимосвязанных элементов, имеет определенную структуру и выполняет ряд функций по преобразованию материальных потоков, а также накапливанию, переработке и распределению грузов между потребителями [8].

На складах осуществляется целый комплекс разнообразных последовательно выполняемых операций по поступлению, хранению и отпуску товаров. Содержание и объем складского технологического процесса зависят от вида склада, физико-химических свойств товаров, хранящихся на нем, объема грузооборота и других факторов.

Хранить чай следует в чистых, сухих, хорошо проветриваемых помещениях при относительной влажности воздуха 60-65% (но не выше 70%), не допуская соседства со скоропортящимися и резко пахнущими товарами. В складах ящики с чаем устанавливают на подтоварники в штабеля высотой в 4-5 ящиков на расстоянии 5-10 см от пола и 50 см от стен и между штабелями.

Качество чая за время его хранения обычно ухудшается. При хранении чая в готовой продукции происходит целый ряд превращений, которые ведут к уменьшению содержания эфиров и карбонильных соединений, танина и экстрактивных веществ. При этом чай теряет аромат, вкус и свежесть, в связи с чем это явление часто называют старением чая. Нужно иметь в виду, что при несоблюдении условий хранения даже самый изысканный сорт чая может оказаться хуже по основным качественным показателям, чем невысокий сорт хорошей сохранности.

Английские и голландские технологи считают, что сохранение качества чая зависит от влажности чая при расфасовке, совершенства упаковочной тары и степени ее герметизации, а также от степени стерильности продукта. Как видно, одним из основных факторов, от которого

зависит изменение качества чая, является его влажность. После сушки, во время которой окончательно завершается формирование характерного аромата и вкуса, чай имеет влажность не более 3-5%, но вследствие своей гигроскопичности при неправильной упаковке и хранении он может постепенно впитывать влагу, что значительно ухудшает его качество. Так, при повышении влажности чая на 4% его качество снижается на 25-45% в зависимости от срока хранения.

Зеленые байховые чаи, отличаясь от черных байховых чаев по химическому составу, характеризуются меньшей гигроскопичностью, так как технология производства зеленого байхового чая коренным образом отличается от технологии производства черного байхового чая.

Гигроскопичность чая зависит, в основном, от содержания в чае дубильных веществ, белков, пектинов и других коллоидов. В настоящее время можно считать установленным, что при хранении чая, даже в герметических условиях, полностью невозможно устранить процесс старения чая, поскольку в нем неизбежно происходит окисление за счет содержащихся в самом чае и в таре кислорода и воды.

В этом отношении старение чая можно рассматривать как продолжение химических процессов, протекающих при ферментации, с той лишь разницей, что в процессе ферментации эти реакции идут энергично, тогда, как в готовом продукте они протекают очень медленно, но непрерывно. Поэтому лучшие свойства хранения имеет зеленый чай, так как чаи, менее ферментированные и с большим содержанием неокисленного танина, меньше поглощают влагу, чем более ферментированные и с низким содержанием танина.

Решающим фактором в сохранении всех свойств чая является емкость, где хранится чай, степень ее герметизации и качественные характеристики материала, из которого она сделана. Тара должна обеспечивать достаточную герметичность, чтобы не допустить проникновения влаги и посторонних запахов. Прежде всего, страдает аромат чая, так как быстро уменьшается

количество ароматических веществ (летучих альдегидов и эфирных масел), одновременно снижается содержание биологически активных веществ - аминокислот, витаминов, катехинов, что значительно обесценивает его целебные свойства.

Нельзя использовать для хранения чая полиэтиленовые пакеты или пластмассовые изделия. В них чай “задыхается” и плесневеет. Следует избегать также хранения чая вблизи продуктов или предметов, имеющих характерно сильный запах, а также в пыльных помещениях повышенной влажности с большим перепадом температур.

Большое влияние на сохранение качества чая оказывает температура внешней среды. Герметически упакованный чай при низкой температуре (5 - 6 °С) лучше сохраняется, чем при высокой (+35 °С), так как при одинаковой относительной влажности окружающего воздуха интенсивность поглощения влаги чаем тем выше, чем выше температура воздуха, и наоборот. Некоторое влияние на скорость поглощения влаги оказывает также величина чаинок. Как правило, мелкие чаи быстрее поглощают влагу, чем крупные.

Из-за высокой температуры хранения зеленого, белого чая, а также свежих (зеленых) улунских чаев чайные листья быстро желтеют, и заваренный чай будет либо горьким на вкус, либо вообще лишится 95% своего первоначального вкуса (таблица 3).

Таблица 3 - Рекомендуемая температура хранения для разных видов чая

Вид чая	Оптимальная температура хранения, °С
Белый	+5
Зеленый	+5
Свежие (зеленые) улуны	-5
Выдержанные	комнатная

улуны	
Красный чай	комнатная
Черный чай	комнатная

Оптимальная температура хранения чая в данной таблице - это температура для его длительного хранения на складе. При более длительном хранении при неправильной температуре чай теряет свою ценность.

При соблюдении этих рекомендаций есть гарантия того, что чай не впитает лишнюю влагу, посторонние запахи, не потеряет свои вкусовые, ароматические и физиологические свойства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что организация складирования чая - сложный процесс. Так как чай от длительного хранения теряет свою ценность, необходимо строго соблюдать температурный режим. А также, чай легко впитывает запах, поэтому необходимо хранить его вдали от скоропортящихся и резко пахнущих товаров.

4.Маркетинговая оценка деятельности предприятия

Рынок чая в значительной степени зависим от импорта. Собственное производство чая в России в настоящее время крайне невелико. Он производится в Краснодарском крае, но его доля весьма мала. Более чем 95% потребляемого в РФ чая импортируется и фасуется на российских производственных предприятиях. Большая часть сырья, ввозимого в Россию, покупается на чайных аукционах по месту выращивания: в Шри-Ланке, Индии, Китае, Вьетнаме, Индонезии, Кении. Что касается уже расфасованного чая, то его доля импорта на рынке - около 60%. Структура потребляемого в России чая по месту производства представлено на рис. 1.

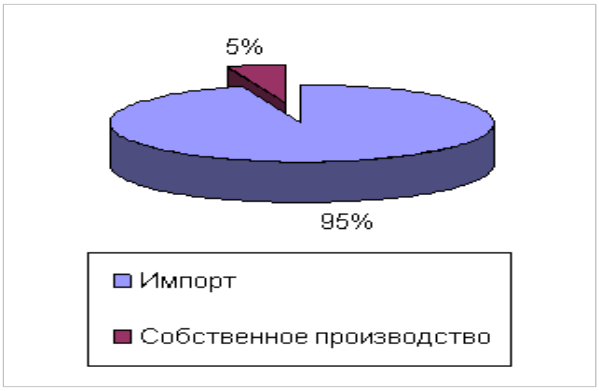

Рис.1. Структура потребляемого в России чая

Несколько лет назад был зафиксирован заметный рост объемов натурального чая, производимого на территории России. В 2019 году отечественными предприятиями было произведено 143 тыс. тонн чайной продукции. Это на 8% превысило показатель 2008 г. (133 тыс. тонн чая). Объем производства в 2018 г., в свою очередь, прибавил 15% по сравнению с 2017 г. (115 940 тонн чая). Тем не менее, увеличение объемов производства чая на территории России, не свидетельствует об увеличении российского рынка в целом.

Объем импортных поставок этого продукта в Россию, на протяжении нескольких лет остается довольно стабильным: на уровне 170-180 тыс. тонн в

год. Однако многое на российском рынке зависит от ситуации, сложившейся в странах-производителях. Так, за первые восемь месяцев 2010 года производство черного чая в Кении - крупнейшем экспортере этого товара в мире - упало до самых низких показателей за последние пять лет. Виной этому послужила засуха. Со снижением производства чая может столкнуться еще один важный игрок на мировом рынке - Шри-Ланка.

Причины аналогичные - неблагоприятные погодные условия. Засухи в Африке и Азии, отмечают эксперты, вполне могут привести к сокращениям глобальных поставок на 10%. В России все это привело к стремительному росту цен. Снижение импорта чая за январь-март 2020 года по сравнению с аналогичным периодом 2019 года составило 25,8%. Падение объемов импорта и производства свидетельствуют о том, что в 2021 году рост розничных цен в России продолжится, но более низкими темпами.

В отличие от импорта, экспортные поставки чая из России в последнее время демонстрировали уверенный рост. В течение 2021 г. на территорию зарубежных государств было поставлено 11 тыс. тонн чая. По сравнению с поставками в с 2019 г., которые составили 10 тонн, был зафиксирован рост в 9%. Большая часть поставок - около 95% - осуществляется в страны СНГ.

5.Организация товароснабжения

На сегодняшний день, по признанию многих ведущих зарубежных и отечественных специалистов, управление цепями поставок, как концепция Supply Chain Management (SCM), является одним из наиболее эффективных способов управления коммерческими, некоммерческими и бюджетными структурами, позволяющая существенно повысить эффективность и конкурентоспособность предприятий [13].

Технология формирования цепей поставки основана на предпосылке, что единственным субъектом, который вкладывает деньги в цепь поставок, является конечный потребитель. Поэтому цепь поставок должна быть спроектирована под задачи максимального удовлетворения запросов конечного потребителя.

Практической целью управления цепями поставок будет являться управление процессами выбора поставщиков таким образом, чтобы минимизировать стоимость товарно-материальных ценностей для организации за счет построения оптимальной логистической сети, при одновременной максимизации надежности системы, то есть минимизации риска получения некачественного товара.

Для выбора оптимального решения, необходимо обладать обширными и достоверными знаниями о поставщиках. Как дополнительное следствие данной работы появляется база данных, содержащая исчерпывающую информацию о предприятиях поставщиках и потенциальных поставщиках системы, и их взаимных логистических связях [14]. Данная база данных требует постоянной актуализации и дополнения и, несомненно, является одним из наиболее трудоемких этапов при реализации методики управления цепями поставки.

В целом, в логистической цепи, т.е. в цепи, по которой проходит материальный и информационный поток от поставщика к потребителю, выделяют следующие главные звенья:

- поставка материалов, сырья и полуфабрикатов;

- хранение продукции и сырья;

- производство товаров;

- распределение, включая отправку товаров со склада готовой продукции;

- потребление готовой продукции.

Крупные заказы, позволяющие загрузить производственные мощности целого предприятия всегда высоко ценятся производством, и сказывается не только на самом предприятии, выполняющем его, но и на всей цепи его контрагентов. Более полное знание о цепях контрагентов позволит более полно и достоверно оценивать макроэкономические, социальные и другие последствия принятия решений по выбору поставщиков.

В логистической цепи могут решаться оптимизационные задачи: выбор перевозчика и таможенного брокера, замена двух логистических посредников одним - экспедиторской фирмой, перераспределение издержек на транспортировку и складирование и др.

Построение и исследование логистических цепей, сформированных по информационным и финансовым потокам, имеет большое практическое значение, так как в современном бизнесе отсутствует изоморфность основных и сопутствующих потоков [15].

Движение материальных ресурсов, готовой продукции не совпадает (не синхронно) с относящимися к ним потоками информации и денежных средств. Например, информация о том, что товар отгружен и находится в пути, приходит покупателю гораздо раньше самого товара. Момент купли-продажи товаров и логистических услуг обычно оторван от момента получения товара или услуги (например, при предоплате). Кроме несовпадения по времени, исследуемые потоки оторваны и отделены в пространстве. Проблемы, возникающие из-за неизоморфности потоков, значительно осложняют принятие эффективных логистических решений и требуют постоянного внимания логистических менеджеров компании [16].

Выбор поставщиков на предприятии осуществлялся по следующей технологии.

Этап 1. Поиск потенциальных поставщиков.

При этом используются следующие методы:

-изучение рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации и т. п.;

-посещение выставок и ярмарок;

-переписка и личные контакты с возможными поставщиками.

В результате перечисленных мероприятий был сформирован список потенциальных поставщиков, который постоянно обновляется и дополняется.

Этап 2. Проверка поставщиков.

Одним из условий долгосрочной работы с новым поставщиком, является надежность, финансовая ликвидность компании. Компания, которая готова стать вашим долгосрочным поставщиком, становиться вашим партнером.

Именно на стадии знакомства происходит проверка потенциального партнера, а не на стадии сотрудничества. Если поставщик окажется недобросовестным, то у потребителя могут возникнуть проблемы в налаженной работе производства и может привести к финансовым потерям. Поэтому важно выявить надежность поставщиков до заключения договора

Этап 3. Анализ потенциальных поставщиков.

Составленный перечень потенциальных поставщиков анализируется на основании специальных критериев, позволяющих осуществить отбор приемлемых поставщиков. Учитывается цена и качество обслуживания, а также надежность поставок, под которой понимают соблюдение поставщиком обязательств по срокам поставки, ассортименту, условиям оплаты и возможности внеплановых поставок.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми проводится работа по заключению договорных отношений.

Этап 4. Оценка надежности поставщика.

По результатам работы с поставщиками проводится оценка результатов работы по уже заключенным договорам. Для этого разрабатывается специальная шкала оценки, позволяющая насчитать рейтинг поставщика. Перед расчетом рейтинга необходимо выполнить дифференциацию закупаемых предметов труда.

Закупаемые товары, сырье и комплектующие изделия, как правило, неравнозначны с точки зрения целей производственного или торгового процесса. Отсутствие комплектующих, требующихся регулярно, может привести к остановке производственного процесса (равно как и дефицит некоторых товаров в торговле - к резкому падению прибыли торгового предприятия). Главным критерием при выборе поставщика будет являться надежность поставки.

Компания «ЛК-Сервис» имеет следующих постоянных поставщиков:

а) «Ahmad Tea Ltd». Компания основана в 1986 г в Великобритании, штаб-квартира компании и одно из чайных производств находится в графстве Гемпшир в Саутгемптоне. Также компании принадлежат фабрики на Шри-Ланке, в Китае, Иране, Объединенных Арабских Эмиратах, в России и в Украине. Ahmad Tea Ltd. - признанный эксперт по чаю, поэтому на рынке она представляет высококачественные традиционные смеси, элитные чайные новинки (сезонная коллекция Limited Edition), а также холодный чай - Ahmad Ice Tea, продукт, который сегодня становится все популярнее в России. Сейчас ассортимент Ahmad Tea включает более 200 наименований, востребованных в 70 странах мира.

б) «AKBAR». Чай AKBAR занимает особое место среди марок цейлонского чая. Компания «Akbar Brothers», владелец торговой марки AKBAR, многие годы является крупнейшим производителем и экспортером

цейлонского чая. Уже пять поколений семьи Акбаралли, а именно от их фамилии происходит название чая AKBAR, начиная с 1907 года, ведут свой бизнес в области производства и торговли чаем.

в) «Майский чай». «Майский» - единственный в России чай, который собирают и хранят под непосредственным наблюдением собственных представителей фирмы-производителя. На Цейлоне, в Индии, во Вьетнаме, в Кении - на чайных плантациях находятся сотрудники Компании «Май», которые тщательно следят за тем, чтобы каждый листочек, отправляющийся в корзину сборщиц, соответствовал всем жестким требованиям, предъявляемым к чаю высшего сорта.

г) «Московская кофейня на паяхъ». ЗАО "Московская кофейня на паяхъ" является одним из ведущих российских производителей натурального жареного и натурального растворимого кофе. Высокое качество выпускаемой продукции обеспечивается за счет применения самого высокотехнологичного оборудования, квалифицированного персонала и последних know how в области переработки кофе.

д) «Интер Групп». Занимается созданием табачной, чайной, кофейной и кондитерской продукции - выполняет полный комплекс работ от зарождения идеи до воплощения ее в готовый продукт, доводит до совершенства каждый этап его создания, включая этапы производства и реализации. Высочайшее качество - отличительная черта продуктов.

е) «Любимый медведь». Плодово - овощная консервация «Медведь любимый» начала свое развитие в 2007 году. Особое внимание в развитии ТМ «Медведь любимый» руководство уделяет качеству производимой продукции. Продукция ТМ «Медведь любимый» выпускается в двух форматах: стекло и жесть.

ж) «Вокруг света». Созданная в 2000 году, ООО Кофейная компания «Вокруг Света» в настоящее время представляет собой холдинг, в который входят две производственные, транспортно-логистическая, торговая и рекламная компании. Партнерами холдинга являются многие федеральные и

локальные розничные сети, дистрибьюторы работают во всех крупных городах России от Калининграда до Камчатки. Осуществляются поставки продукции в страны СНГ и Европу.

и) «Медвежье побережье». С 2012 года началось производство и реализация рыбной консервацию под торговой маркой «Медвежье побережье». Продукция представлена разнообразнейшим ассортиментом - консервами из сайры, сельди, горбуши, нерки, минтая, камбалы, трески, кальмара, тунца, морской капусты и отличается неизменным качеством, превосходными вкусовыми показателями и красочным запоминающимся дизайном этикетки. В производстве используется только свежее сырье, благодаря чему в продукции сохраняются полезные микроэлементы, и незаменимые аминокислоты, которыми столь богаты морепродукты.

6.Формирование ассортимента

ООО «ЛК-Сервис» имеет широкий и полный ассортимент чая, и насчитывает более 160 наименований чая. Имеются марочные и элитные чаи, что является большим плюсом, так как покупатель становится все более избирательным и хочет приобретать качественный чай с разными ароматами, который, соответственно, стоит дороже и приносит немалую прибыль предприятию. Эта тенденция четко прослеживается в последние два года. В продаже имеются все типы чая.

На данный момент в ассортименте имеется большое количество зеленого, фруктового и травяного чая, так как в летнее время имеет большой спрос зеленый чай, утоляющий жажду и характеризующийся биологической ценностью. Также в продаже имеется ароматизированный, пакетированный чай, что тоже имеет большое значение, в удовлетворении разнообразных запросов покупателя увеличивая его реализацию. Большинство потребителей предпочитают пакетированный чай из-за быстроты и удобства использования (заваривание в течение 1-3 минут) и ароматизированный чай из-за необычного и приятного вкуса и аромата.

Таблица 4 – Ассортимент чая

Наименование	Фото	Масса	
Производитель: Шри-Ланка			
Акбар «Treasure Box» черный цейлонский		150 гр.	
Акбар «Mountain Fresh» рассыпной		100 гр.	
Акбар « Mountain Fresh» пакетированный		50 гр., 100 гр.	
Акбар Зеленый Китайский пакетированный		50 гр.	
Акбар фруктовый пакетированный		50 гр.	
Акбар традиционный цейлонский пакетированный		50гр., 100 гр.	
Beta Tea черный пакетированный		50 гр	
Beta Tea Бергамот черный пакетированный		50 гр	

Beta Tea черный рассыпной		50 гр. -100 гр.	
Beta Tea зеленый пакетированный		50 гр	
Brooke Bond черный пакетированный		50 гр	
Brooke Bond черный листовой		50 гр	
Dilmah черный пакетированный		50 гр.	
Dilmah черный листовой		50 гр.	
Dilmah Смородина черный/ароматизированный пакетированный		150 гр.	
Dilmah Green Tea зеленый пакетированный		50 гр.	
Dilmah Green Tea рассыпной		45 гр.	
Hyleys Шотландский завтрак черный пакетированный		100 гр.,250 гр.	
Hyleys Английский завтрак черный пакетированный		50гр.	
Hyleys черный листовой		50 гр.,100 гр., 250 гр.	
Hyleys Бергамот черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Hyleys Малина черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Производитель: Россия			
Maitre de The Уганда черный листовой ООО «Восток»		100 гр. - 250 гр.	
Maitre de The Танзания черный ароматизированный листовой		50 гр.	
Maitre de The Суматра черный пакетированный		50 гр.	
Maitre de The Мадагаскар черный/ ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Maitre de The Индия черный листовой		100 гр. - 250 гр.	
Maitre de The Кения черный листовой		100 гр. - 250 гр.	
Maire de The Кенийский черный пакетированный		50 гр.	
Принцесса Нури черный, пакетированный		50 гр.	
Принцесса Нури черный рассыпной		150 гр.	
Принцесса Нури Лимон черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Принцесса Нури Вишня черный/ ароматизированный пакетированный		100 гр.	
Принцесса Нури Малина черный/ ароматизированный пакетированный		50 гр.	

Принцесса Нури Апельсин черный / ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Принцесса НУРИ Яблоко черный ароматизированный пакетированный		37,5 гр.	
Принцесса Нури Клубника черный/ароматизированный пакетированный		37,5 гр.	
Принцесса Нури Ягодный черный/ароматизированный пакетированный		37,5 гр.	
Принцесса Нури Пекое черный листовой		100 гр., 250 гр.	
Принцесса Гита Лесные ягоды черный/ароматизированный пакетированный		36 гр.	
Принцесса Гита Медиум черный листовой		100 гр.,250 гр	
Принцесса Ява Премиум зеленый,листовой		100 гр.,250 гр	
Принцесса Ява Зеленый Матэ/ пакетированный		50 гр.	
Принцесса Ява Клубничное настроение зеленый/ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Ява Матэ Банан черный ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Принцесса Ява Матэ Маракуйя черный ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Принцеса Ява Ягодная Поляна черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Ява Спелая Вишня черный ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Принцесса Ява Июльский сад черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Ява Каркадэ пакетированный		50 гр.	
Принцесса Ява Каркадэ листовой		80 гр.	
Принцесса Канди Медиум черный листовой		100 гр. 200 гр.	
Принцесса Канди черный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Канди Вишня черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Канди Перски и Абрикос черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Канди Черная Смородина черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Канди Лесная ягода черный		37, 5	

ароматизированный пакетированный		гр.	
Принцесса Канди Малина черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Канди Клубника черный ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.	
Принцесса Канди Лимон черный ароматизированный пакетированный		37,5 гр.	
Беседа черный крепкий листовой		100 гр.	
Беседа черный классический пакетированный		50 гр., 150 гр.	
Беседа земляничный пакетированный		50 гр.	
Беседа благородный бергамот черный пакетированный		50 гр.	
Беседа Яркий лимон пакетированный ароматизированный		50 гр.	
Майский черный пакетированный		50 гр.	
Майский черный листовой		100 гр.	
Золотая чаша Тропический фрукт ароматизированный черный пакетированный		50 гр.	
Золотая чаша черный пакетированный		50 гр.	
Лисма черный пакетированный		50 гр.	
Лисма бергамот черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Лисма клубника черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Чайок черный с ароматом черной смородины Компания «Императорский чай»		37, 5 гр.,	
Чайок Цейлонский черный пакетированный		37, 5 гр.,	
Чайок Ежевика черный/ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.,	
Чайок Мята черный/ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.,	
Чайок Яблоко черный/ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.,	
Чайок Клубника черный/ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.,	
Чайок Лимон черный\ароматизированный пакетированный		37, 5 гр.,	
Чайок Бергамот черный пакетированный		37, 5 гр.,	
Импра черный листовой		50	

		гр., 100гр., 250 гр.	
Импра Жасмин зеленый пакетированный		50 гр.,	
Импра зеленый пакетированный		50 гр.	
Импра Бергамот черный/ароматизированный листовой		250 гр.	
Tess зеленый ароматизированный пакетированный		60 гр.	
Tess Плэжа черный ароматизированный пакетированный и листовой		40-500 гр.	
Tess Эрл Грей черный ароматизированный пакетированный и листовой		40-500 гр.	
Tess Орнаж черный ароматизированный пакетированный/ рассыпной		40-500 гр.	
Tess Лайм черный ароматизированный пакетированный/ рассыпной		40-500 гр.	
Tess Флирт зеленый яблоко, земляника пакетированный		60 гр.	
Tess Санрайз черный в подарочной упаковке рассыпной пакетированный		25 гр.	
Tess Цейлон черный в подарочной упаковке рассыпной		40 гр.	
Tess Цейлон черный в подарочной упаковке гранулированный рассыпной		50 гр.	
Tess Стайл зеленый рассыпной в подарочной упаковке		40 гр.	
Tess Флейм черный/ ароматизированный в подарочной упаковке		30 гр.	
Tess Берри Бар черный/ ароматизированный пакетированный и листовой		От 1,5 гр. - 1500 гр.	
Tess Лимон Три черный пакетированный ароматизированный		От 1,5 гр. - 1500 гр.	
Tess Пина Колада зеленый пакетированный и листовой ароматизированный		От 1,5 гр. - 1500 гр.	
Tess Джинджер Мохито зеленый/ ароматизированный пакетированный и рассыпной		От 1,5 гр. - 1500 гр.	
Tess Форест Дрим черный/ ароматизированный пакетированный и рассыпной		От 1,5гр. -1500 гр.	

Tess Ginger Mojito зеленый ароматизированный листовой		60гр.	
Tess черный листовой		100 гр.	
Greenfield Меджик Юньнань черный пакетированный		50гр.	
Greenfield Эрл Грей черный с ароматом бергамота		50 гр.	
Greenfield Джинджер Рэд черный пакетированный и листовой ароматизированный пакетированный		От 1,5 гр. - 1500 гр.	
Greenfield Фестив Грэйп ароматизированный пакетированный и листовой		От 1,5 гр.- 1500 гр.	
Greenfield Крими Ройбош черный ароматизированный пакетированный и листовой		От- 1,5 гр.- 1500 гр.	
Greenfield Самма Букет ароматизированный пакетированный и листовой		От 1, 5 гр.- 1500 гр.	
Greenfield Рич Камомайл черный ароматизированный пакетированный и листовой		От 1, 5 гр. - 1500 гр.	
Greenfield Хани Ройбош черный пакетированный и листовой		От 1, 5 гр.- 1500 гр.	
Greenfield Хайлэнд Оолонг черный пакетированный и листовой		От 1, 5 гр.- 1500 гр.	
Greenfield Вайт Блум черный пакетированный и листовой		От 1, 5 гр.- 1500 гр.	
Greenfield Меджик Юньнань черный пакетированный		45 гр.	
Greenfield Кениан Санрайз черный пакетированный		50 гр.	
Greenfield Жасмин Дрим зеленый пакетированный		45 гр.	
Greenfield Файн Дарджилинг черный пакетированный		45 гр.	
Greenfield Джапаниз Сенча зеленый пакетированный		50 гр.	
Greenfield Голден Цейлон черный пакетированный		40 гр.	

Greenfield Флаинг Драгон черный пакетированный		40 гр.	
Greenfield Манго черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Greenfield Малина черный/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Greenfield Каркаде пакетированный		50 гр.	
Greenfield Ананас зеленый/ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Hilltop черный Клубника ароматизированный листовой		150 гр.	
Hilltop Цейлонское утро черный листовой		150 гр.	
Hilltop Королевское утро черный листовой		150гр , 250 гр.	
Hilltop Подарок Цейлона черный листовой		150 гр.	
Hilltop Цейлонский бриз черный листовой		150 гр., 250 гр.	
Hilltop Английская традиция черный листовой		150 гр.	
Hilltop Двойная магия черный байховый		150 гр.	
Hilltop Праздничный черный байховый		150 гр.	
Hilltop Зимняя клюква черный листовой		150 гр.	
Hilltop Манго черный рассыпной		100 гр.	
Hilltop Молочный Оолонг черный листвой		100 гр.	
Hilltop Жасминовый черный листовой		100 гр.	
Hilltop Зеленый с мятой ароматизированный пакетированный		150 гр.	
Hilltop Зеленый с лимоном ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Hilltop Очарование востока черный листовой		150 гр.	
Hilltop Волшебная луна черный листовой		100 гр.	
Hilltop 1001 ночь черный рассыпной		250 гр.	
Производитель: Украина			

Минутка черный пакетированный		50 гр., 150 гр.	
Минутка лимон пакетированный ароматизированный		50 гр.	
Производитель: Великобритания			
Ahmad Tea English черный пакетированный		50 гр.	
Ahmad Tea зеленый пакетированный		100 гр.	
Производитель: Германия			
Herba Ромашка ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba Шиповник ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba Малина ароматизированный пакекетированный		50 гр.	
Herba Черная смородина ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba Яблоко ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba Земляника ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba Груша ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba С лепестками жасмина ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Herba Черника ароматизированный пакетированный		50 гр	
Милфорд зеленый пакетированный		45 гр.	
Милфорд Лепестки розы черный ароматизированный пакетированный		45 гр.	
Милфорд Вишня-лотос черный ароматизированный пакетированный		45 гр.	
Производитель: Англия - Голландия			
Lipton Yellow label черный пакетированный		50 гр., 150 гр	
Lipton Citrus Green Tea с Цитрусовыми зеленый / ароматизированный пакетированный		50 гр.	
Lipton Forest Fruit Tea черный ароматизированный пакетированный (пирамидки)		36 гр.	
Lipton зеленый пакетированный		50 гр.	
Lipton черный листовой рассыпной			
Curtis Creamy Praline черный листовой		120 гр.	
Curtis Earl Grey черный с ароматом бергамота		90 гр.	

пакетированный			
Curtis Mango Green Tea зеленый с ароматом манго пакетированный		90 гр.	
Curtis зеленый пакетированный		90 гр.	

Хотелось бы отметить, что за последнее такие чаи как Greenfield и Тесс, стали пользоваться достаточно большим спросом, так как чаи этих торговых марок не стоят на месте, постоянно обновляют свой ассортимент, радуя потребителей.

Чай Тесс каждый раз поражает покупателей своим разнообразием. Тесс - это современные смелые сочетания чайных листьев, цветов, фруктов и трав. "Окно" на упаковке листового чая демонстрирует оригинальность композиций. Совсем недавно чай торговой марки Тесс, выпустил новинку: чай в «пирамидках», различных вкусовых сочетаний. На каждой упаковке чая написана своя «маленькая история», рассказывающая что-то интересное.

Современное оборудование позволяет купажировать чайные смеси непосредственно на машине в процессе фасовки, что исключает промежуточные операции и сохраняет весь аромат фиточаев.

Чай Greenfield, так же как и чай Тесс имеет достаточно широкий ассортимент, от обычного черного, до ароматизированного экзотического чая. В Чае Greenfield, так же как и в чае Тесс каждый из бумажных чайных пакетиков упакован в дополнительный из специальной фольги. Поэтому такой чай удобно взять с собой, например, в дорогу (в случае с чаем Lipton придется брать всю упаковку). Для закрепления бумажного пакетика чая Greenfield используется металлическая скобка, сам пакетик двойной и изготовлен из тонкой перфорированной бумаги. В отличие от чая Тесс, Greenfield в ассортименте имеет только рассыпной чай, и чай для разовой заварки из тонкой перфорированной бумаги.

Всем известный чай Липтон в последнее время стал терять свои позиции. Липтон совсем недавно изобрел чай в «пирамидках» различных вкусовых оттенков, однако покупатели отзываются о новом чае не очень восторженно, объясняя это тем, что данный чай не имеет ничего полезного, и

даже наоборот, сплошная химия. А вот чай Ahmad Tea наоборот, продвинулся вперед. Если раньше прейдя в магазин покупатели сразу обращали внимание на чай Липтон, то на данный период большинство предпочитают чай Ahmad Tea. Это и не удивительно, особое внимание уделяется дизайну и стилю инновационной упаковки. На упаковке чая из новой коллекции прекрасно просматривается сюжет из английской жизни в экспрессивных тонах. Так же Ahmad Tea не отстает от чая Тесс, разработав новую формулу чая, которая нашла полноценное отображение в инновационной серии чая в пирамидках. Этот элитный чай считается самым популярным тонизирующим напитком практически на всей планете.

Чай Lipton, так же как Ahmad Tea имеет линейку холодного чая Ice Tea. А вот Greenfield такой не имеет.

Так же такие чаи как: «Принцесса Нури» и «Принцесса Ява», каждый раз поражают покупателей своим разнообразием. В ассортименте появились новые вкусовые оттенки: ароматизированные черные чаи со вкусом вишни, банана, лимона, малины, шиповника, смородины, персик и абрикос, лесная ягода и мн. др. Данное разнообразие подходят для любителей поэкспериментировать, а так же фруктовые чаи разумно употреблять в жаркую погоду, так как они прекрасно освежают.

«Maitre» - чай новинка, который еще не всех успел удивить. Производитель Россия, страна происхождения - Франция. Это Российский чайный бренд с французской легендой Данный чай имеет достаточно строгую упаковку, однако строгость основного черного тона упаковки "разряжается" полосками разных цветов, указывающих на определенный вид чая, что придает ей более стильный вид. Maitre, как истинный чайный сомелье, в текстах на боковой стороне каждой упаковки в простой и доступной форме раскрывает перед Вами секреты выбора и приготовления чая. Вы сможете узнать, какой чай особенно рекомендуется для определенной ситуации или времени дня, как его приготовить, чтобы получить максимум от вкусовых качеств и полезных свойств чая, и даже

когда и с кем его рекомендуется пить. Внутри коробки 25 пакетиков, каждые 5 пакетиков имеют свой аромат и вкус. И что не маловажно, каждый из чайных пакетиков имеет свою индивидуальную упаковку. Чай Maitre имеет достаточно широкий ассортимент черных, зеленых и фруктово-травяных чаев, имеющих будоражащий аромат и приятный вкус,.

7.Документы в торговом процессе

При поступлении товара на складские помещение РЦ -1 поставщик должен представить следующие документы подтверждающие качество товара:

· Сертификат или декларацию о соответствии;

· Ветеринарное свидетельство;

· Санитарно-эпидемиологическое заключение

Для различных товаров могут быть различные комбинации перечня этих документов.

Кладовщики-приемосдатчики, при приемки товаров на каждом документе пишут в правом верхнем углу номер заказа САП, по которому принимается поставка. Также при приемки в терминал сбора данных в обязательном порядке вводится дата производства товара. Далее документы передаются оператором по сертификации.

Операторы по сертификации производят следующие действия с документами после приемки товара на склады (в течение 6 часов с момента получения документов):

· Проверяют перед заведением наличие документов в базе данных

· Сканируют сертификаты или декларации о соответствии и кладут сканированные копии в базу данных, вводят в описание к каждому документу следующие данные: срок действия, орган, выдавший документ, номер сертификата или декларации, изготовитель сертифицируемой продукции, код ОКП, данные товара, на который выдан сертификат или декларация (номенклатурный номер и наименование)

· Сканируют ветеринарные свидетельства и кладут сканированные копии в базу данных, вводят в описание к каждому документу следующие данные: срок действия свидетельства и данные товара, на который выдано санитарно-эпидемиологическое заключение (номенклатурный номер и наименование).

Важно: Для того чтобы определить номенклатурный номер товара, который надо прикрепить к документам оператор по сертификации вводит в отчет: «Сроки годности приемки» номер заказа, в сформированном перечне принятых товаров выбирает нужный (относящийся к конкретному документу) товар и копирует этот номер в соответствующее после базы данных. В отчете «Сроки годности приемки» указана дата производства товара, корректность которой оператор по сертификации должен проверить путем сверки с датой в документах. При отгрузки товаров магазины операторы печатают следующие документы:

· Товарно-транспортная накладная (1-Т)

· Товарная накладная

· Приложение к товарной накладной

· ТОРГ -12 ИЛИ ТОРГ-13 ИЛИ КОМИС - 1

При проведение проверок государственными учреждениями, осуществляющими контроль соблюдения правил производства и торговли продуктами питания и непродовольственными товарами, при проведении проверок подразделениями, при запросах покупателей на предоставление документов, подтверждающих качество товаров, заведующий секцией распечатывает документы из базы данных на товар, поступивший в распределительный центр.

Поиск документов, подтверждающих качество, в базе данных производится по:

· Номенклатурному номеру товара и по номеру сертификата или декларации о соответствии для сертификатов и деклараций;

· Номенклатурному номеру товара, дате выдачи ветеринарных свидетельств и санитарно-эпидемиологических заключений.

Заключение

Чай - один из наиболее распространенных напитков у народов, населяющих нашу планету. В настоящее время вновь восстанавливается слава о чае, и учеными многих стран подтверждены противораковые свойства зеленого чая.

Высокий спрос на чай приводит к расширению географии распространения чайного растения и увеличению чаепроизводящих стран. В настоящее время производством чая занимаются более 20 стран мира. В последнее время рынок чая характеризуется большим разнообразием, что вынуждает производителей и дистрибьюторов совершенствовать политику распространения, рекламы, внимательно изучать конкурентов, выстраивать стратегию поведения на рынке не только следуя спросу, но и формируя его.

Мы рассмотрели рынок чая в России и выявили, что при выборе чая большое внимание уделяют марке, цене, стране-производителю, пользе для здоровья. Была рассмотрена классификация ассортимента чая. В зависимости от вида и качества используемого сырья и технологии его переработки чай в России делят на байховый, гранулированный, прессованный, экстрагированный и ароматизированный.

Байховый делится на черный, зеленый, желтый и красный. Прессованный чай бывает кирпичный и плиточный. Экстрагированный чай может быть жидким (черным) и сухим (черным и зеленым). Проведен анализ ассортимента чая по признакам: по виду чая, по типу чая, по производителю, по цене, по виду и объему упаковки.

Были изучены нормативные документы, складские помещения, реализация продукции чая и сладостей.

Список использованной литературы

1.Андреева, О.Н.Профессия продавец [Текст] : практ. пособие / О. Н. Андреева. - М. : Дашков и К, 2010. - 232 с.

2. Блэкуэлл, Р.Поведение потребителей [Текст] : учеб. / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. - 10-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 944 с.

3. Власова, Марина Львовна.Социологические методы в маркетинговых исследованиях [Текст] : учеб. пособие / М. Л. Власова. - М. : ИД ГУ ВШЭ, 2005. - 710 с.

4. Восколович, Нина Александровна.Экономика платных услуг [Текст] : учеб. пособие для вузов : [для студентов магистратуры] / Н. А. Восколович. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 99с.

5. Дашков, Леонид Павлович.Коммерция и технология торговли [Текст] : учеб. для вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. - 8-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2007. - 700 с.

6. Дорощук, Николай Богданович. Дистрибуция на практике [Текст] / Н. Б. Дорощук, В. В. Кулеша. - М. : Вильямс : Диалектика, 2006. - 240 с. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

7. Дубровин И.Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для вузов / И. А. Дубровин. - М. : Дашков и К, 2008. - 280 с

8. Инькова, Наталья Анатольевна.Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности [Текст] : учеб. пособие / Н. А. Инькова. - М. : ОмегаЛ, 2007. - 188 с.

9. Кобелев, Олег Афанасьевич. Электронная коммерция [Текст] : учеб. пособие / О. А. Кобелев; Рос. гос. торгово-экон. ун-т, Моск. междунар. высш. шк. бизнеса; под ред. проф. С. В. Пирогова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2008. - 684 с.

10. Кошелев, Антон Николаевич. Эффективная мотивация торгового персонала [Текст] / А. Н. Кошелев. - М. : Дашков и К, 2009. - 224 с.

11. Малашенко, Нина Павловна.Маркетинг на потребительском рынке [Текст] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. "Маркетинг" / Н. П. Малашенко. - 2- е изд., стер. - М. : Омега -Л, 2009. - 207 с.

12. Маркетинг. Кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ [Текст] / С.-Петерб. гос. ун-т, Высш. шк. менеджмента; [под ред. И. В. Гладких]. - СПб. : Высш. шк. менеджмента, 2010. - 340 с.

13. Маркетинг по Котлеру. Как создать, завоевать и удержать рынок [Текст] / Ф. Котлер; пер. с англ. В. А. Гольдича, И. А. Оганесовой. - 4-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. - 294 с.

14. Ломас, Брайан.Искусство презентации : как преподносить товар, чтобы его покупали [Текст] / Б. Ломас; [пер. с англ. Д. В. Кузнецов ; ред. Б. И. Мещеряков]. - М. : Бератор-паблишинг, 2006. - 144 с.

15. Магомедов, Шахрутдин Шарабутдинович. Маркетинговые исследования товаров и услуг [Текст] : учеб. пособие / Ш. Ш. Магомедов; гл. ред. А. Е. Илларионова. - М. : Дашков и К, 2007. - 296 с.

16. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. для вузов / В. А. Алексунин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2005. - 716 с.

17. Рейтер, Эди. Забудьте о неудачных продажах : 12 принципов влияния и убеждения в продажах, руководстве и жизни [Текст] : [пер. с англ.] / Э. Рейтер. - М.; СПб. : ДИЛЯ, 2007. - 224 с.

18. Трейси, Брайан. Формула роста. Лучшие стратегии успешных предпринимателей [Текст] / Б. Трейси; [пер. с англ. С. В. Маненкова]. - М. : СмартБук, 2008. - 272 с.

19. Сидорова, Елена Юрьевна.Международная торговля [Текст] : курс лекций / Е. Ю. Сидорова. - М. : Экзамен, 2006. - 252, [4] с.

20. Синяева, Инга Михайловна.Маркетинг торговли [Текст] : учеб. / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - М. : Дашков и К, 2009. - 752 с.

21. Тесакова, Наталия Викторовна. Бренд и торговая марка : развод по-русски. Практика, опыт, технологии [Текст] / Н. В. Тесакова, В. В. Тесаков. - М. : Питер, 2004. - 267 с

22. Трунина, Екатерина Владимировна. Коммерческое право [Текст] : практикум / Е. В. Трунина, Ю. В. Федасова. - М. : Юристъ, 2008. - 181 с.