

В. К. ПАМБУХЧИЯНЦ

ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ

ЭКОНОМИКА

Памбухчиани В. К.

Основы технологии торговых процессов: Учебник для кооп. вузов. — М.: Экономика, 1982. — 240 с.

В учебнике раскрыта сущность технологии торговых процессов на предприятиях розничной и оптовой торговли, товароснабжения розничной торговой сети, транспортно-экспедиционных и тарных операций

Особое внимание уделено специализации и типизации розничной торговой сети, принципам ее размещения в сельской местности. В учебнике рассмотрены также формирование ассортимента товаров и технологические планировки магазинов

П 3503000000 — 006
011(01) — 82 152 — 82,

ББК 65.9(2)421
338Т8

Валерий Кеворкович Памбухчиани

ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ

Зав редакцией *В. Г. Бутенко*

Редактор *Е. Г. Федосеева*

Мл редактор *И. М. Волкова*

Худ редактор *А. Н. Михайлов*

Техн. редактор *Н. Ф. Сотникова*

Корректор *Н. Ю. Михайлова*

Оформление художника *Г. И. Соленкова*

ИБ № 1448

Сдано в набор 15.07.81 Подписано в печать 21.12.81 А 01838
Формат 84×108¹/₂ Литературная гарнитура Высокая печать Бу
мага типографская № 3 Усл печ л 12,60/12,81 усл кр отт Уч изд
л 13,08 Тираж 40 000 экз Цена 45 к Заказ № 664
Изд № 4754.

Издательство «Экономика» 121864
Москва, Г-59, Бережковская наб., 6

Отпечатано с матриц Ордена Трудового Красного Знамени Ленинградской типографии № 5 Союзполиграфпрома при Государственном комитете СССР по делам издательства, полиграфии и книжной торговли 190000, Ленинград, центр, Красная ул., 1/3.

в 1-й типографии Профиздата Москва, Крутицкий вал, 18. Зак 239

Введение	3
<i>Раздел I</i>	
Технология торговых процессов оптовых предприятий	
Глава I. <i>Оптовые торговые предприятия и их торгово-технологические функции</i>	5
§ 1. Виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения	5
§ 2. Торгово-технологические функции оптовых предприятий и структура их аппарата	11
Глава II. <i>Коммерческая работа оптовых предприятий</i>	15
§ 1. Понятие коммерческой работы оптовых предприятий и задачи ее совершенствования	15
§ 2. Хозяйственные связи оптовых предприятий с промышленностью	17
§ 3. Организация оптовых закупок товаров	20
§ 4. Организация оптовой продажи товаров	30
Глава III. <i>Товарные склады, их устройство и технологическое оборудование</i>	38
§ 1. Роль складов в процессе товародвижения и их классификация	38
§ 2. Технологические требования к устройству складов	42
§ 3. Виды складских помещений и их технологические планировки	45
§ 4. Технологическое оборудование складов	48
Глава IV. <i>Технология складских операций</i>	53
§ 1. Сущность и основные принципы рациональной организации технологических процессов на складах	53
§ 2. Технология поступления и приемки товаров	55
§ 3. Технология операций по хранению товаров	65
§ 4. Технология отпуска товаров со склада	70
Глава V. <i>Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах</i>	72
§ 1. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе	72
§ 2. Структура аппарата склада и функции его работников	76
§ 3. Организация труда складских работников	79

Раздел II

Товароснабжение предприятий розничной торговли. Транспортно-экспедиционные и тарные операции

Глава VI. Товароснабжение предприятий розничной торговли	85
§ 1. Основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения	85
§ 2. Источники товароснабжения и разработка схем завоза товаров в розничную торговую сеть	88
§ 3. Централизованная доставка товаров на предприятия розничной торговли	91
Глава VII. Транспортно-экспедиционные операции	96
§ 1. Характеристика основных транспортных средств и технологические требования, предъявляемые к ним	96
§ 2. Организация перевозки товаров железнодорожным транспортом	101
§ 3. Организация перевозки товаров автомобильным транспортом	106
§ 4. Особенности перевозки товаров водным и воздушным транспортом	109
Глава VIII. Тара и тарные операции	112
§ 1. Роль тары в торгово-технологическом процессе	112
§ 2. Классификация тары и характеристика основных ее видов	114
§ 3. Организация оборота тары	120

Раздел III

Технология торговых процессов на предприятиях розничной торговли

Глава IX. Розничные торговые предприятия и их торгово-технологические функции	126
§ 1. Значение и классификация розничной торговой сети	126
§ 2. Торгово-технологические функции магазинов	129
§ 3. Специализация и типизация магазинов	131
§ 4. Основные принципы размещения кооперативной розничной торговой сети	136
Глава X. Формирование ассортимента товаров в магазинах	137
§ 1. Понятие о товарном ассортименте	137
§ 2. Факторы, определяющие построение ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях	141
§ 3. Основные принципы формирования ассортимента товаров в магазинах и его регулирование	143
Глава XI. Устройство и основы технологических планировок магазинов	146
§ 1. Современные требования к устройству магазинов	146
§ 2. Состав и взаимосвязь помещений магазинов	148

§ 3. Устройство и планировка торгового зала магазина	150
§ 4. Устройство и планировка помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже и зоны подъездов и подходов к магазину	157
Глава XII. Торгово-технологическое оборудование магазинов	159
§ 1. Немеханическое оборудование и инвентарь	159
§ 2. Торговое холодильное оборудование	163
§ 3. Торговое измерительное оборудование	165
§ 4. Контрольно-кассовые машины	169
§ 5. Определение потребности в торгово-технологическом оборудовании и организация снабжения им предприятий кооперативной торговли	171
Глава XIII. Торгово-технологический процесс в магазине и обслуживание покупателей	173
§ 1. Содержание торгово-технологического процесса в магазине	173
§ 2. Технология приемки товаров в магазине	175
§ 3. Технология хранения и подготовки товаров к продаже	179
§ 4. Размещение и выкладка товаров в торговом зале	182
§ 5. Технология продажи товаров в магазине	187
§ 6. Дополнительные услуги при продаже товаров	193
§ 7. Внемагазинные формы торгового обслуживания	196
§ 8. Основные правила розничной торговли	198
Глава XIV. Реклама в торговле	204
§ 1. Сущность и задачи торговой рекламы	204
§ 2. Классификация средств торговой рекламы. Реклама в магазине	206
§ 3. Особенности рекламы в оптовой торговле. Эффективность торговой рекламы	211
Глава XV. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда в розничных торговых предприятиях	214
§ 1. Организация управления торгово-технологическим процессом в магазине	214
§ 2. Основные направления научной организации труда в розничных торговых предприятиях	216
§ 3. Режим работы и условия труда в магазине	221
§ 4. Организация материальной ответственности в магазине	224
Глава XVI. Комплексная рационализация кооперативной торговли	227
Глава XVII. Организация капитального строительства предприятий торговли в потребительской кооперации	233

В. К. ПАМБУХЧИЯНЦ

ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ

Допущено Министерством высшего
и среднего специального
образования СССР
в качестве учебника для студентов
кооперативных вузов,
обучающихся по специальности
«Бухгалтерский учет»

МОСКВА ЭКОНОМИКА 1982

ББК 65.9(2)421
П 15

Рецензенты:

канд. экон. наук А. Н. САЛЬНИКОВ,
канд. экон. наук Г. Н. АЛЬТШУЛЬ

П $\frac{3503000000-006}{011(01)-82}$ 152-82

© Издательство «Экономика», 1982

«Основные направления экономического и социального развития СССР на 1981—1985 годы и на период до 1990 года» проникнуты заботой о более полном удовлетворении материальных и культурных потребностей советского народа. Важная роль в успешном осуществлении широкой программы повышения народного благосостояния, принятой XXVI съездом КПСС, отводится советской торговле, которая осуществляет доведение до потребителя товарной продукции социалистической промышленности и основной массы сельскохозяйственной продукции. В текущем пятилетии поставлена задача активно внедрять передовую технологию транспортировки, хранения, переработки и продажи товаров. Намечено осуществить меры, направленные на концентрацию товарных запасов преимущественно в оптовом звене, укреплять и совершенствовать хозяйственные связи между промышленными, сельскохозяйственными и торговыми предприятиями и организациями.

Следуя из сферы материального производства в сферу потребления, товары проходят через звенья торговли — оптовые и розничные торговые предприятия, в которых совершаются определенные торгово-технологические процессы. Поэтому следует различать технологию торговых процессов на предприятиях оптовой и розничной торговли.

Поскольку процесс товародвижения состоит из нескольких этапов (транспортировка товаров от производства до складов оптовой торговли, их внутрискладское перемещение и хранение, товароснабжение розничной торговой сети, внутримагазинные операции и отпуск товаров покупателям), то на каждом из них применяются различные средства и орудия труда.

Проходя через звенья торговли, товары претерпевают различные количественные и качественные преобразования, связанные с выполнением многочисленных об-

щих операций. Так, приемка товаров по количеству и качеству, их хранение, фасовка, подготовка к продаже и продажа осуществляются в звеньях как оптовой, так и розничной торговли. Однако перечисленные торгово-технологические операции, несмотря на их общность, во многом различны в зависимости от того, в каком из звеньев торговли они выполняются. Например, оптовые торговые предприятия осуществляют продажу товаров оптовым покупателям, розничные — непосредственно населению. Существенные различия характерны и для других торгово-технологических операций (технология хранения товаров на складах оптовых предприятий отличается от технологии хранения их в магазинах и т. д.). В связи с этим в данном курсе предусмотрено отдельное изучение торгово-технологических процессов на предприятиях оптовой и розничной торговли.

Предметом технологии торговых процессов является комплексная торгово-технологическая система, т. е. совокупность способов, средств и целенаправленных трудовых операций производственного и трудового характера по доведению товаров от производства до потребителя.

Основной задачей курса «Основы технологии торговых процессов» является вооружение студентов знаниями механизма сложного процесса доведения товаров народного потребления от производства до потребителя и путей повышения эффективности этого процесса на основе достижений науки и техники.

Поэтому в курсе «Основы технологии торговых процессов» раскрывается теоретическая и практическая сущность рационального построения процесса товародвижения как единой системы коммерческих и технологических операций, выполняемых в различных звеньях торговли в период движения товара от производства до потребителя.

Курс «Основы технологии торговых процессов» тесно связан с рядом других учебных дисциплин: «Научные основы управления», «Экономика, организация и планирование торговли», «Товароведение», «Советское право», «Рынковедение» и т. д. Наряду с другими специальными дисциплинами этот курс способствует всесторонней подготовке будущего бухгалтера-экономиста высшей квалификации для системы потребительской кооперации.

РАЗДЕЛ I

ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ ОПТОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Глава I

ОПТОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ

§ 1. Виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения

Оптовая торговля товарами народного потребления в плановом порядке осуществляет посреднические операции по закупке этих товаров у поставщиков и их продаже организациям и предприятиям розничной торговли и вне рыночным потребителям.

Осуществление процессов оптовой торговли возлагается на структурные подразделения — предприятия, на которых производится преобразование производственного ассортимента в торговый. Здесь же происходит накопление и хранение товарных запасов, необходимых для бесперебойного снабжения розничной торговой сети. Все торговые операции оптовые предприятия выполняют в соответствии с народнохозяйственным планом на основе хозяйственного расчета. Они наделены необходимыми основными и оборотными средствами, имеют самостоятельный баланс, расчетный счет в Госбанке и обладают правами юридического лица.

В советской торговле имеется обширная сеть оптовых торговых предприятий, из общей численности которых примерно половина приходится на долю кооперативной торговли.

Оптовые торговые предприятия классифицируются по ряду признаков, основными из них являются: форма собственности, место и роль в процессе товародвижения, товарная специализация, район деятельности и ведомственная принадлежность.

По форме социалистической собственности оптовые предприятия подразделяют на государственные и кооперативные. В основе деятельности государственных оптовых предприятий лежит государственная, всенародная собственность. Кооперативные оптовые предприятия базируют свою деятельность на средствах потребительской кооперации.

В зависимости от места и роли в процессе товародвижения оптовые предприятия делятся на три группы: выходные, торгово-закупочные и торговые базы.

Выходные базы создаются в районах концентрации производства товаров сложного ассортимента или при отдельных особо крупных промышленных предприятиях. Они сосредоточивают на своих складах товары, выпускаемые промышленными предприятиями, и направляют их в районы потребления. К такого рода базам относятся выходные базы, организующие сбыт текстильных и обувных товаров и находящиеся в ведении министерств торговли союзных республик или в подчинении соответствующих промышленных предприятий, объединений или министерств. Выходные базы, организуя процесс товародвижения из пунктов производства в районы потребления, контролируют ассортимент и качество товаров, выпускаемых промышленными предприятиями, осуществляют их первичную подсортировку и выполняют экспедиционные операции по отправке товаров.

В качестве оптовых покупателей товаров у выходных баз выступают в основном оптовые предприятия, расположенные в районах потребления.

Участие в процессе товародвижения выходных баз позволяет освободить промышленные предприятия от выполнения операций по поставкам товаров многочисленным оптовым покупателям.

Торгово-закупочные оптовые предприятия размещаются в районах производства товаров местной промышленности. Они создаются для накопления товаров, вырабатываемых отдельными промышленными предприятиями, и продажи их в районы потребления. Такие базы имеются в ведении Росхозторга, Росгалантереи, Роскультторга и оптовых главков Центросоюза, Роспотребсоюза и Украинского потребсоюза. Они расположены в Москве, Ленинграде, Воронеже, Киеве и других городах.

Торговые базы являются наиболее массовой разновидностью оптовых предприятий. Они расположены в районах потребления и занимаются закупкой и завозом товаров из мест производства, концентрацией товарных запасов в широком ассортименте и продажей их розничным торговым организациям и предприятиям и вне рыночным потребителям. Торговые базы закупают товары у предприятий промышленности, выходных и торгово-закупочных баз. Если в зоне деятельности оптовой торговой базы имеются крупные промышленные предприятия, производящие товары не только для местных нужд, то они, кроме товароснабжения розничной торговой сети, могут выполнять функции торгово-выходных баз, отгружая товары по нарядам своих контор торговым базам или розничным торговым организациям других республик, краев и областей.

В зависимости от *товарной специализации* следует различать универсальные, специализированные, узкоспециализированные и смешанные оптовые предприятия.

Универсальные базы, ведущие оптовую торговлю широким ассортиментом промышленных или продовольственных товаров, так же как и смешанные оптовые базы, в ассортименте которых промышленные и продовольственные товары, широко распространены в потребительской кооперации и находятся в ведении урсов, военторгов и т. п.

Специализированные базы осуществляют оптовую торговлю товарами какой-либо одной группы (обувь, ткани, одежда, культтовары и др.). К этому виду оптовых предприятий относится большинство баз оптовых контор министерств торговли союзных республик.

К числу узкоспециализированных баз относят предприятия, ведущие оптовую торговлю товарами, являющимися частью товарной группы. К оптовым предприятиям этой группы относятся, как правило, выходные базы при промышленных предприятиях.

По району деятельности оптовые предприятия подразделяют на районные, городские, межрайонные, областные (краевые), межобластные, республиканские, межреспубликанские, всесоюзные.

Районные и межрайонные базы распространены в основном в потребительской кооперации. Они создаются в крупных районных и областных центрах и занимаются закупкой и завозом товаров с промышленных

предприятий, выходных и торговых баз, их подсортировкой и доставкой непосредственно в розничную торговую сеть. При этом следует отметить, что в последние годы во многих областях и республиках страны произошло упразднение опта райпотребсоюзов и райпо и расширилась сеть межрайбаз. Упразднение оптовых предприятий районного значения позволило сократить оптово-складской товарооборот, уменьшить издержки обращения и применить более рациональную схему товародвижения. Увеличение численности межрайонных оптовых предприятий дало возможность осуществить концентрацию товарных запасов, организовать централизованную доставку товаров в магазины и тем самым освободить потребительские общества и райпотребсоюзы от трудоемких работ, связанных с организацией процесса товароснабжения. Рост сети межрайонных оптовых баз способствовал, в свою очередь, расширению прямых связей кооперативного опта с промышленностью. Кооперативные оптовые предприятия стали организаторами процесса доведения товаров до сельских потребителей, центром коммерческой работы с промышленностью. Вместе с тем специфические экономико-географические условия отдельных областей и районов обусловили сохранение в них опта райпотребсоюзов и райпо.

В государственной торговле наиболее широко распространены республиканские и областные (краевые) оптовые предприятия. Межобластные оптовые базы занимают значительное место в системе министерств торговли союзных республик.

По ведомственной принадлежности оптовые предприятия подразделяются на группы с учетом подчиненности их определенным хозяйственным системам. Так, оптовые базы системы потребительской кооперации находятся в ведении главных управлений оптовой торговли Центросоюза и республиканских потребсоюзов, а также областных (краевых) и районных союзов потребительских обществ. Основная часть непродовольственных оптовых баз системы министерств торговли союзных республик подчинена соответствующим республиканским конторам, а оптовые предприятия по торговле продовольственными товарами находятся в основном в подчинении областных (краевых) и республиканских (автономных республик) контор.

Потребительская кооперация располагает разветвленной сетью оптовых предприятий, насчитывающей свыше 1400 баз. Из общей численности оптовых баз более $\frac{1}{3}$ приходится на долю универсальных баз райпо и райпотребсоюзов. Универсальные межрайонные базы областных, краевых и республиканских потребсоюзов составляют более 40% общего количества кооперативных оптовых предприятий. Свыше 14% кооперативных оптовых баз представлены специализированными оптовыми базами по торговле культтоварами и хозяйственными товарами, а также базами и складами по торговле лесом и строительными материалами.

Для оптовой торговли потребительской кооперации характерно непрерывное развитие ее материально-технической базы. За последние годы крупные механизированные предприятия созданы в Латвийском, Литовском, Эстонском, Белорусском, Волгоградском и ряде других потребсоюзов.

Дальнейшее развитие сети кооперативных оптовых предприятий предусматривает увеличение товарных запасов в оптовом звене, повышение роли оптовых баз в организации товароснабжения магазинов и ускорении оборачиваемости товаров. Все большее внимание будет уделяться более широкому внедрению системы товародвижения по схеме: промышленное предприятие — оптовая база — магазин — на основе развития непосредственных договорных связей с промышленными предприятиями. Будет осуществляться строительство крупных высокомеханизированных оптовых предприятий по прогрессивным проектам в местах, связанных необходимыми путями сообщения с поставщиками и покупателями. Применение современных механизмов, оборудования и рациональной технологии складских операций позволит более эффективно использовать площадь и емкость складов.

В перспективе основным видом оптового предприятия потребительской кооперации по-прежнему останется межрайбаза. Однако, учитывая необходимость приближения оптовых предприятий к розничной торговой сети, наряду с межрайбазами будут функционировать их филиалы, а также сеть баз (складов) райпотребсоюзов и райпо, призванных снабжать магазины продовольственными товарами и промышленными товарами простого ассортимента.

Перспективное развитие сети оптовых предприятий потребительской кооперации происходит с учетом следующих основных показателей:

минимальный товарооборот, позволяющий получить основную массу товаров по прямым договорам с промышленностью, должен составлять в обслуживаемой базой розничной торговой сети 120—150 млн. руб.;

численность магазинов, обслуживаемых одной базой, должна быть в пределах 500—600 единиц;

доставка товаров автотранспортом в централизованном порядке должна осуществляться на расстояние не более 100—120 км.

Укрупнению сети кооперативных оптовых предприятий будут способствовать такие основные направления развития складского хозяйства потребительской кооперации:

строительство оптовых торговых баз площадью 25—30 тыс. кв. м;

строительство оптовых баз площадью 15—20; 10 и 5 тыс. кв. м с возможностью последующего их расширения соответственно до 25—30; 20 и 10 тыс. кв. м.

При этом строительство оптовых предприятий площадью менее 5 тыс. кв. м, как правило, запрещено.

Одним из важных условий, обеспечивающих рациональное развитие и размещение сети оптовых торговых предприятий потребительской кооперации, является составление схем развития и размещения складского хозяйства на перспективу в областях, краях и автономных республиках. Разработке таких схем должен предшествовать анализ материально-технической базы действующих оптовых предприятий. Затем определяется потребность в складской площади на перспективу и разрабатывается схема размещения оптовых предприятий на территории области, края или республики. Вся эта работа проводится в соответствии со специальными методическими указаниями, утвержденными правлением Центросоюза.

Наряду со строительством новых оптовых баз в потребительской кооперации проводится большая работа по реконструкции и рационализации действующих предприятий. Это позволяет получить дополнительные складские площади при сравнительно небольших капиталовложениях, расширить и переоборудовать залы товарных образцов. В процессе рационализации оптовых

предприятий большое внимание уделяется внедрению научной организации труда и прогрессивной технологии складских операций.

Дальнейшее развитие кооперативной оптовой торговли, повышение эффективности работ оптовых предприятий немислимы без широкого внедрения средств механизации и автоматизации складских работ, использования электронно-вычислительных машин в управлении торгово-технологическими процессами. Уже сейчас в ряде оптовых предприятий потребительской кооперации широко применяются высокоэффективное складское оборудование, средства механизации погрузочно-разгрузочных работ и ЭВМ. В этом направлении большая работа проводится в Рижской оптово-торговой конторе Центросоюза и Латпотребсоюза, Таллинской межрайбазе ЭРСПО, Московской базе Главкооппосылторга, Молодечненской межрайбазе Минского облпотребсоюза и в других кооперативных оптовых торговых предприятиях.

§ 2. Торгово-технологические функции оптовых предприятий и структура их аппарата

К числу торговых функций, составляющих основу коммерческой деятельности оптовых предприятий, относятся:

- изучение спроса населения и оптовых покупателей на товары народного потребления;

- разработка заявок и заказов промышленности на товары народного потребления;

- заключение договоров на поставку товаров и контроль за их выполнением;

- воздействие на поставщиков с целью расширения ассортимента и увеличения выпуска высококачественных товаров, внедрения в производство новых изделий;

- заключение договоров на продажу товаров своим оптовым покупателям и обеспечение контроля за их выполнением;

- оказание помощи розничным торговым организациям и предприятиям в разработке экономически обоснованных заказов;

- организация совместно с промышленностью выставок-продаж товаров, межобластных и областных ярмарок по оптовой продаже товаров;

организация рекламы товаров и услуг.

Технологические функции оптовых предприятий включают:

планомерный и бесперебойный завоз товаров на свои склады с целью накопления необходимых запасов товаров;

хранение товаров в условиях, отвечающих их физико-химическим и биологическим требованиям;

формирование торгового ассортимента товаров;

контроль за качеством товаров;

подработку и подготовку товаров к транспортировке и продаже;

обеспечение планомерного и бесперебойного товароснабжения розничных торговых организаций и предприятий и вне рыночных потребителей;

оказание помощи розничным торговым организациям и предприятиям во внедрении прогрессивных методов торгового обслуживания населения;

перераспределение товарных запасов между розничными торговыми организациями и предприятиями.

В своей деятельности оптовые предприятия руководствуются специальными положениями или правилами. В них предусмотрены задачи и функции оптовых баз, порядок управления ими, права и ответственность основных структурных подразделений, средства и отчетность оптовых предприятий перед вышестоящими звеньями, порядок прекращения деятельности оптовых предприятий.

Деятельность кооперативных оптовых предприятий регламентируется Основными правилами работы оптовой торговой базы областного (краевого, республиканского) союза потребительских обществ, утвержденными правлением Центросоюза.

В зависимости от характера выполняемых операций, размера и структуры товарооборота, ассортиментной специализации, района деятельности, количества обслуживаемых оптовых покупателей и других факторов определяется структура аппарата оптовых баз.

Общее руководство оптовой базой осуществляет директор, назначаемый правлением потребсоюза. Он подписывает от имени оптовой базы договоры, организует оперативный учет их исполнения, распоряжается в установленном порядке всеми товарно-материальными ценностями, денежными средствами и счетами базы в кре-