

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

для практических занятий для студентов и слушателей специальностей:

- 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»,
- 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»,
- 1-25 04 77 «Экспертиза товаров народного потребления»,
- 1-25 04 71 «Коммерческая деятельность на рынке товаров
потребительского спроса»

Группа _____

Студент (слушатель) _____

Допуск к экзамену (зачету) _____

Витебск
2018

УДК 658. 6 (075.8)

Составитель:

В. В. Квасникова

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом
УО «ВГТУ» протокол № 8 от 30.11.2017.

Организация и технология торговли : рабочая тетрадь для
практических занятий / сост. В. В. Квасникова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2018.
– 64 с.

Данная рабочая тетрадь содержит перечень задач и ситуаций для практических занятий по дисциплине «Организация и технология торговли» для студентов и слушателей специальностей: 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 04 77 «Экспертиза товаров народного потребления», 1-25 04 71 «Коммерческая деятельность на рынке товаров потребительского спроса».

УДК 658. 6 (075.8)

УО «ВГТУ», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Организация товароснабжения торговых организаций.....	5
2 Организация технологических процессов на складах.....	11
3 Построение и размещение розничной торговой сети.....	19
4 Устройство и технологические планировки магазинов.....	25
5 Организация технологических процессов в магазине.....	33
6 Обслуживание покупателей в розничной торговле.....	43
7 Организация труда в торговле.....	58
Литература.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Цель преподавания дисциплины «Организация и технология торговли» состоит в формировании у студентов и слушателей знаний в области организации и технологии торговли, позволяющих находить обоснованные управленческие решения при организации торговых и технологических процессов.

Задачи преподавания дисциплины:

- изучить организационное построение и размещение торговли в Республике Беларусь, организацию торговых и технологических процессов в магазине и на складах, организацию товароснабжения розничной торговой сети;
- изучить действующее законодательство по вопросам организации торговли;
- рассмотреть передовой зарубежный и отечественный опыт организации продажи товаров и обслуживания покупателей.

В результате изучения дисциплины студент должен знать: законы и нормативные документы по организации торговли; организационное построение торговли; торговую терминологию; формы и методы продажи товаров; содержание торговых и технологических процессов в торговле; организацию труда работников в торговле; организацию транспортно-экспедиционного обслуживания; оборудование, применяемое в торговых и складских технологических процессах.

При изучении дисциплины студенты и слушатели должны научиться: определять потребность в розничной торговой сети; определять количество товаров, подлежащих заводу в розничную торговую сеть; разрабатывать планировки торговых залов, схемы размещения и планogramмы выкладки товаров; разрабатывать схемы торгово-технологических процессов.

В результате изучения дисциплины студенты и слушатели должны овладеть практическими навыками по организации торговых и складских технологических процессов в розничной и оптовой торговле.

Дисциплина «Организация и технология торговли» основана на знаниях, полученных студентами и слушателями при изучении таких дисциплин, как «Экономика торговли» и «Электронная коммерция».

Программа предусматривает для изучения курса «Организация и технология торговли» для специальности «Товароведение и экспертиза товаров» дневной формы обучения 112 часов, из них аудиторных – 72 часа (36 лекций и 36 практических занятий); для специальности «Коммерческая деятельность» заочной сокращенной формы обучения – 230 часов, из них 22 часа – аудиторных (14 часов лекций и 8 часов практических занятий); для специальности переподготовки «Экспертиза товаров народного потребления» – 52 часа, из них аудиторных – 30 часов (20 часов лекций и 10 часов практических занятий), для специальности переподготовки «Коммерческая деятельность на рынке товаров потребительского спроса» – 52 часа, из них аудиторных – 28 часов (18 часов лекций и 10 часов практических занятий).

ТЕМА 1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Цель: сформировать практические навыки в определении партий завоза товаров, потребности в автотранспортных средствах и таре, в анализе ритмичности и равномерности поставки товаров в розничную торговую сеть.

ЗАДАНИЕ 1.1

Напишите, как рассчитываются показатели, характеризующие звенность товародвижения и применяемые при внедрении централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть, заполнив таблицу 1.1.

Таблица 1.1 – Показатели товароснабжения и товародвижения

Наименование показателя	Формула расчета	Условные обозначения
Коэффициент звенности		
Размер партии завоза		
Необходимое количество автомобилей		
Суточная производительность автомобиля		
Необходимое количество многооборотной тары		
Потребность в таре-оборудовании		

ЗАДАНИЕ 1.2

Рассчитайте количество кондитерских товаров, подлежащих текущему завозу в универсам, на основе данных таблицы 1.2.

Таблица 1.2 – Данные для расчета количества кондитерских товаров, подлежащих завозу

Наименование товара	Реализация товара за месяц	Норма товарных запасов, дней	Наличие товара на день завоза	Количество товара, включенного в предыдущую заявку
Шоколад, плитка	3000	22	580	160
Конфеты глазированные, кг	410	10	200	180
Конфеты неглазированные, кг	220	15	90	28
Карамель, кг	830	8	160	90
Ирис, кг	280	5	17	36
Халва, кг	90	5	-	22
Вафли, пачка	1000	10	160	180
Печенье, кг	300	14	55	55

Магазин работает без выходных дней. Частота завоза товаров 1 раз в 7 дней.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 1.3

Рассчитайте показатели производительности одного автомобиля в смену и потребность в автомобилях для перевозки сахара со складов ОАО «Бакалеяторг» на основе информации, представленной в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Исходные данные для расчета потребности в автомобилях для перевозки сахара со складов ОАО «Бакалеяторг»

Показатель	Значение показателя
1	2
Длина рейса, км	20
Техническая скорость автомашины, км/ч	40

Окончание таблицы 1.3

1	2
Время простоя под загрузкой и разгрузкой, ч	2,0
Грузоподъемность автомашины, т	3
Коэффициент использования грузоподъемности автомашины при перевозке сахара	0,85
Количество груза, перевозимого за смену, т	50
Полезное время работы автомобиля за смену, ч	8

РЕШЕНИЕ**ВЫВОД:****ЗАДАНИЕ 1.4**

Определите необходимое количество тары-оборудования для товароснабжения магазинов розничной торговой организации ОАО «Прогресс» лакокрасочными изделиями. Однодневный товарооборот организации по данной группе товаров составляет 16 044 р.; стоимость одной банки массой 1 кг — 28 р.; вместимость одного контейнера — 300 кг. Норматив товарных запасов — 10 дней, дни оборота тары-оборудования — 3,5 дня.

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 1.5

Рассчитайте необходимое количество горок для размещения парфюмерно-косметических товаров в секции универмага на основе следующих данных: запасы данной группы товаров в торговом зале составляют 36 тыс. р.; стоимость парфюмерно-косметических товаров, размещенных на 1 м² экспозиционной площади, — 1820 р.; экспозиционная площадь одной горки — 10 м².

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 1.6

Рассчитайте коэффициенты равномерности поступления отдельных видов товаров в магазины ОАО «Торгсервис» по периодам месяца. Объемы поступления товаров в магазины в течение месяца представлены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Поступление товаров в магазины в течение месяца

Дата месяца	Поступление товаров, тыс. руб.	
	Магазин № 1	Магазин № 2
1	2	3
4		
5	30	
6		40
8		
9	50	
10		80
11		
12	20	
15		
17		70
18	60	
19	30	70
24		80
25	40	
26		80
27	60	
28		80
29	70	
30		
Итого	360	420

Периодами для определения равномерности поступления товаров приняты: по первому магазину — декада, по второму — пятидневка.

Методические рекомендации для решения задания

1. Определяют объемы поступления товаров по расчетным периодам месяца по каждому магазину путем суммирования количества поступивших товаров по датам, приходящимся на каждый период (декаду или пятидневку) месяца.

2. Рассчитывают среднеарифметическую величину поступления товаров за расчетный период месяца (X_{cp}) по каждому магазину по формуле:

$$X_{cp} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}, \quad (1.1)$$

где X_i — объем поступления товаров за расчетный период месяца; n — число периодов (декад или пятидневок) в месяце.

3. Определяют среднеквадратичное отклонение по каждому магазину по формуле:

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - X_{cp})^2}{n}}. \quad (1.2)$$

4. Рассчитывают коэффициент вариации поступления товаров в % по каждому магазину по формуле:

$$V_x = \frac{\sigma_x \times 100\%}{X_{cp}}. \quad (1.3)$$

5. Определяют коэффициент равномерности поступления товаров в % в каждый магазин по формуле:

$$K_p = 100\% - V_x. \quad (1.4)$$

6. Сравнивают величины коэффициентов равномерности поступления товаров в магазин и выявляют, в какой из магазинов товары поступали более равномерно. При этом, чем ближе коэффициент равномерности к 100 %, тем равномернее поступали товары в магазин.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД

ЗАДАНИЕ 1.7

Определите коэффициент звенности товародвижения, если поступление товаров на склады 45 оптовых организаций и 237 розничных организаций составило 3059 тыс. р., а розничный товароборот города — 1510 тыс. р.

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 1.8

Проанализируйте, правильно ли составлена заявка на завоз масла подсолнечного в универсальный продовольственный магазин, работающий без выходных дней, исходя из следующих данных:

- реализация масла подсолнечного за квартал — 3600 бутылок;
- норматив товарных запасов — 12 дней;
- частота завоза масла подсолнечного в магазин — 10 дней.

Заявка составлена на 100 бутылок.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА СКЛАДАХ

Цель: сформировать навыки определения площади общетоварного склада и оценки технико-экономических показателей его работы.

ЗАДАНИЕ 2.1

Перечислите стадии и операции складского технологического процесса, заполнив схему, представленную на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Схема складского технологического процесса

ЗАДАНИЕ 2.2

Напишите, как рассчитываются показатели, используемые для расчета площади общетоварного склада и характеризующие эффективность его работы, заполнив таблицу 2.1.

Таблица 2.1 – Показатели расчета площади общетоварного склада и эффективности его работы

Наименование показателя	Формула расчета	Условные обозначения
Товарные запасы по нормативу		
Максимальные товарные запасы		
Максимальные товарные запасы в условных вагонах, поддонах, тоннах		
Площадь для хранения товаров в штабелях		
Площадь хранения товаров на стеллажах		
Общая площадь склада		
Коэффициент использования складской площади		
Коэффициент использования объема склада		
Производительность труда работников склада		

ЗАДАНИЕ 2.3

Рассчитайте потребность в общетоварных непродовольственных складах для города с населением 500 тыс. человек при условии, что запас товаров, подлежащих хранению на складах, составляет 150 620 млн р., стоимость товарных запасов, размещенных на 1 м^3 , — 1200 тыс. р. Норматив площади при хранении 1 м^2 непродовольственных товаров на общетоварных складах — $0,85 \text{ м}^2$.

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 2.4

По данным таблицы 2.2 рассчитайте и проанализируйте технико-экономические показатели использования площади и вместимости склада № 1 «Кондитерские изделия» ОАО «Бакалея».

Таблица 2.2 – Техничко-экономические показатели использования площади и вместимости склада № 1 «Кондитерские изделия» ОАО «Бакалея»

Показатель	Значение показателя
Общая площадь склада, м ²	200
Полезная площадь склада, фактически занятая товаром, м ²	120
Масса фактически хранимого на складе груза, т	700
Высота склада, м	6
Высота укладки груза от потолка до последнего ряда укладки фактическая, м	0,2

Нормативный коэффициент использования площади склада — 0,6. Нормативная нагрузка составляет 3,5 т / м², нормативная высота укладки груза от потолка до последнего ряда укладки – 0,2 м.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 2.5

Рассчитайте площадь и вместимость помещений для хранения продовольственных товаров на общетоварном складе оптовой организации по товарным группам и в целом, используя данные таблицы 2.3. Коэффициент неравномерности образования товарных запасов – 1,2; высота укладки товаров на складе – 5 м; нормы вместимости на один условный вагон грузов, хранимых в штабелях, – 75 м³, на стеллажах – 120 м³.

Таблица 2.3 – Средние товарные запасы продовольственных товаров и распределение их по способам хранения

Товарная группа	Средние товарные запасы, вагонов	Распределение запасов по способам хранения, %	
		в штабелях	на стеллажах
Бакалея	40	100	–
Кондитерские товары	25	80	20
Прочие продовольственные	100	75	25
Спички	2	100	–
Табачные изделия	9	90	10

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 2.6

На основе данных таблицы 2.4 рассчитайте следующие технико-экономические показатели работы складов:

- мощность склада;
- средняя нагрузка на 1 м^2 на складской площади;
- коэффициент использования площади склада;
- коэффициент использования объема склада;
- уровень механизации складских работ;
- производительность труда складских работников;
- себестоимость переработки 1 т груза;
- складской товарооборот на 1 м^2 складской площади;
- складской товарооборот на 1 м^3 складской емкости;
- товарные запасы на 1 м^2 складской площади;
- товарные запасы на 1 м^3 складской емкости.

Таблица 2.4 – Показатели, характеризующие работу складов

Наименование показателя	Значение показателя	
	Склад 1	Склад 2
Складской товарооборот, тыс. р.	338252	30014
Средняя стоимость 1 т груза, р.	420	370
Грузовая площадь склада, м ²	600	800
Коэффициент перевода грузовой площади в полезную	1,3	1,3
Площадь рабочих мест, м ²	200	500
Вспомогательная площадь, м ²	2020	1460
Высота склада, м	6	6
Высота укладки груза на хранение, м	4,1	4,4
Товарные запасы, тыс. р.	16502	14506
Объем грузооборота, перерабатываемый механизированным способом, т	-	15370
Численность работников склада занятых на переработке грузов, чел.	9	7
В том числе механизированным способом, чел.	-	2
Эксплуатационные расходы по переработке груза, тыс. р.	1209	1622

Методические рекомендации для решения задания 2.6

1. Мощность склада – экономически обоснованный, максимально возможный оборот за определенный период времени при соблюдении нормативов и технологических процессов. Показателями мощности склада являются оптово-складской товарооборот (в рублях), грузооборот (в тоннах).

Грузооборот склада выражается количеством переработанных тонн груза за определенный период (смену, месяц, год).

Годовой грузооборот измеряется в тоннах и рассчитывается по формуле:

$$Q = \frac{T}{C_m}, \quad (2.1)$$

где T – годовой оптово-складской товарооборот, р.; C_m – стоимость 1 тонны груза, р.

2. Использование площади и объема характеризуется коэффициентом использования складской площади, средней нагрузкой на 1 м² складской площади и коэффициентом использования объема склада.

Среднюю нагрузку на 1 м² складской площади определяют по формуле:

$$H = \frac{Q}{S_{\text{общ}}}, \quad (2.2)$$

где $S_{\text{общ}}$ – общая площадь склада, м².

Коэффициент использования складской площади характеризуется отношением полезной площади к общей площади склада. Расчет производят по формуле:

$$K_S = \frac{S_{пол}}{S_{общ}}, \quad (2.3)$$

где $S_{пол}$ – полезная площадь склада, m^2 .

Этот коэффициент в зависимости от типа складского помещения, его планировки и способа механизации складских работ колеблется в пределах 0,2–0,6. Чем лучше используют полезную площадь, тем выше этот коэффициент и дешевле стоимость хранения товаров.

Полезной площадью (объемом) склада считают площадь или объем склада, предназначенные для приемки, хранения, подработки, комплектования и отправки товаров. При этом площадь, занятую непосредственно под хранимыми товарами (стеллажами, штабелями и другими приспособлениями для хранения товаров), считают грузовой площадью или площадью хранения. Полезную площадь склада определяют путем умножения грузовой площади на коэффициент перевода грузовой площади в полезную:

$$S_{пол} = S_{груз} \times K, \quad (2.4)$$

где $S_{груз}$ – грузовая площадь склада, m^2 ; K – коэффициент перевода грузовой площади в полезную.

Общая складская площадь включает полезную площадь, вспомогательные площади ($S_в$) и площадь рабочих мест ($S_{рм}$) и рассчитывается по формуле:

$$S_{общ} = S_{пол} + S_в + S_{рм}. \quad (2.5)$$

Коэффициент использования объема склада ($V_{пол}$) характеризуется отношением полезного объема, занятого товарами, к общему объему склада ($V_{общ}$). Расчет производят по формуле:

$$K_V = \frac{V_{пол}}{V_{общ}}. \quad (2.6)$$

Общий объем склада определяют произведением площади склада на высоту складского помещения (h_c) по формуле:

$$V_{общ} = S_{общ} \times h_c. \quad (2.7)$$

Полезный объем склада определяют произведением полезной площади склада на высоту укладки товаров на хранение ($h_{укл}$) по следующей формуле:

$$V_{пол} = S_{пол} \times h_{укл}. \quad (2.8)$$

Коэффициент использования объема склада в зависимости от характера груза колеблется в пределах 0,35–0,5.

Повышение коэффициентов K_s и K_v достигается за счет уменьшения ширины проходов (проездов) между хранимыми товарами, использования более эффективного способа хранения товаров в стеллажах и применения более совершенного подъемно-транспортного оборудования.

3. Уровень механизации складских работ (Y_m) характеризуется долей механизированных работ в общем объеме работ:

$$Y_m = \frac{Q_m \times 100\%}{Q}, \quad (2.9)$$

где Q_m — объем механизированных работ, т; Q — общий объем работ, т.

Степень охвата рабочих механизированным трудом (O_m) показывает долю рабочих, выполняющих подъемно-транспортные работы вручную и с помощью механизмов:

$$O_m = \frac{Ч_m}{Ч} \times 100\%, \quad (2.10)$$

где $Ч_m$ — число рабочих, выполняющих работу механизированным способом, чел.; $Ч$ — общее число рабочих, занятых на погрузочно-разгрузочных работах, чел.

4. Показатель производительности труда работников склада определяется количеством тонн груза или размером оптово-складского товарооборота, приходящегося на одного работника склада за какой-либо период (год, месяц, смену):

$$ПТ = \frac{Q(T)}{Ч_p}, \quad (2.11)$$

где $\Gamma_{скл}$ — складской грузооборот за определенный период (месяц, квартал, год), т (р.); $Ч_p$ — среднесписочная численность работников склада за тот же период.

5. Себестоимость одной тонны груза показывает расходы по его переработке и определяется формуле:

$$C_1 = \frac{C_{\text{общ}}}{Q}, \quad (2.12)$$

где $C_{\text{общ}}$ — общая сумма годовых эксплуатационных расходов, р.

6. Для сравнения работы двух складов, аналогичных по профилю работы, ассортименту хранимых товаров, рассчитывают уровень использования площади и объема склада, выраженные через нагрузку товарооборота и товарных запасов на единицу мощности.

6.1 Складской товарооборот на 1 м^2 складской площади:

$$T^1_s = \frac{T}{S_{\text{общ}}}. \quad (2.13)$$

6.2 Складской товарооборот на 1 м^3 складской емкости:

$$T^1_v = \frac{T}{V_{\text{общ}}}. \quad (2.14)$$

6.3 Товарные запасы на 1 м^2 складской площади:

$$Z^1_s = \frac{Z}{S_{\text{общ}}}, \quad (2.15)$$

где Z – товарные запасы, р.

6.4 Товарные запасы на 1 м^3 складской емкости:

$$Z^1_v = \frac{Z}{V_{\text{общ}}}. \quad (2.16)$$

РЕШЕНИЕ

РЕШЕНИЕ

Таблица 2.5 – Техничко-экономические показатели работы складов

Наименование показателя	Значение показателя	
	Склад 1	Склад 2
Мощность склада, т (р.)		
Средняя нагрузка на 1 м ² на складской площади, т/ м ²		
Коэффициент использования площади склада, доля ед.		
Коэффициент использования объема склада, доля ед.		
Уровень механизации складских работ, %		
Степень охвата рабочих механизированным трудом, %		
Производительность труда складских работников, т/чел.		
Себестоимость переработки 1 т груза, р.		
Складской товарооборот на 1 м ² складской площади, р./ м ²		
Складской товарооборот на 1 м ³ складской емкости, р./ м ³		
Товарные запасы на 1 м ² складской площади, р./ м ²		
Товарные запасы на 1 м ³ складской емкости, р./ м ³		

ТЕМА 3. ПОСТРОЕНИЕ И РАЗМЕЩЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Цель: сформировать практические навыки определения потребности и необходимого прироста розничной торговой сети, уровня ее специализации.

ЗАДАНИЕ 3.1

Напишите формулы расчета показателей, характеризующих обеспеченность населения города розничной торговой сетью, заполнив таблицу 3.1.

Таблица 3.1 – Показатели обеспеченности населения торговой площадью

Наименование показателя	Формула расчета	Условные обозначения
Уровень специализации розничной торговой сети по показателю количество магазинов		
Уровень специализации розничной торговой сети по показателю розничный товарооборот		
Уровень специализации розничной торговой сети по показателю торговая площадь		
Потребность в розничной торговой сети		
Прирост торговой площади		

ЗАДАНИЕ 3.2

Рассчитайте уровень специализации продовольственной сети города с населением 150 тыс. человек на основе данных таблицы 3.2, используя два метода.

Таблица 3.2 – Торговая площадь и товарооборот продовольственной сети города

Тип магазина	Торговая площадь, м ²	Товарооборот, тыс. р.
1 Супермаркет	650	5200
2 Гастроном	300	3010
3 Хлебокондитерский	100	4180
4 Гипермаркет	800	9650
5 Рыбные продукты	120	1140
6 Гастроном	200	2860
7 Мини-маркет	380	4180
8 Алкогольные напитки	100	2790
9 Магазин-кулинария	60	1560

По полученным показателям дайте оценку уровню специализации продовольственной торговой сети города.

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 3.3

Определите уровень специализации непродовольственной сети города с населением 920 тыс. человек по данным, представленным в таблице 3.3, используя два метода.

Таблица 3.3 – Количество магазинов и торговая площадь непродовольственной торговой сети города

Тип магазина	Количество, ед.	Торговая площадь, м ²
Универмаг	4	25480
Дом торговли	6	6210
Товары для детей	2	680
Одежда	18	2890
Галантерея	15	1750
Хозтовары	24	10300
Мебельные товары	16	9390
Автозапчасти	14	1520
Цветы	16	1180
Бутик	20	3500

Дайте оценку уровню специализации непродовольственной торговой сети с учетом рекомендуемых показателей.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 3.4

По данным таблицы 3.4 определите необходимый прирост площадей по торговле продовольственными товарами по товарным группам и в целом по городу с численностью населения 500 тыс. человек.

Таблица 3.4 – Перспективный норматив и фактическое наличие торговой площади в городе на начало планируемого периода

Группа товаров	Перспективный норматив торговой площади, м ² на 1000 чел.	Фактическое наличие торговой площади на начало планируемого года, м ²
Бакалея	10	3780
Кондитерские товары	7,8	3800
Хлеб	6	1820
Мясо	8,9	4000
Рыба	4,4	1500
Молочные продукты	11,1	4900
Гастрономия	17,8	7000
Винно-водочные изделия	2,2	830
Пиво, безалкогольные напитки	3,3	1300
Овощи	10,7	4000
Фрукты	6,7	2300
Дополнительные услуги	11,1	3900
ИТОГО	100	

РЕШЕНИЕ

Таблица 3.5 – Потребность в торговой площади города на конец планируемого периода

Группа товаров	Расчет	Потребность, м ²
1	2	3
Бакалея		
Кондитерские товары		
Хлеб		
Мясо		
Рыба		
Молочные продукты		
Гастрономия		

Окончание таблицы 3.5

1	2	3
Винно-водочные изделия		
Пиво, безалкогольные напитки		
Овощи		
Фрукты		
Дополнительные услуги		
ИТОГО		

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 3.5

Определите необходимый прирост (сокращение) торговых площадей в планируемом периоде по продаже непродовольственных товаров для города с численностью населения: 250 тыс. человек. Необходимые для расчета данные приведены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Показатели развития непродовольственной розничной торговой сети города

Товарная группа	Фактическая торговая площадь, м ²	Снос торговых площадей в планируемом периоде, м ²	Изменение товарного профиля магазинам ²	Ввод в действие новых магазинов, м ²	Перспективный норматив торговой площади, м ² на 1000 жителей
Ткани	870	100	+150		6,7
Одежда, головные уборы	380		+200	150	29,5
Белье	900	50	-50		5,9
Чулочно-носочные товары	300		-120	40	2,5
Обувь	1600	190	+100	80	12,1
Галантерея и парфюмерия	2100	350		20	14,7
Мебель	1200		+250	150	11
Посуда, хозяйственные и электротовары	3950	160		60	29,3
Радио- и музыкальные товары	1050	80		100	8,1
Спорттовары	1180		-90		9,7
Дополнительные услуги	800		+50	100	6,7
ИТОГО					

РЕШЕНИЕ

Таблица 3.7 – Потребность в торговой площади города на конец планируемого периода

Группа товаров	Расчет	Потребность, м ²
Ткани		
Одежда, головные уборы		
Белье		
Чулочно-носочные товары		
Обувь		
Галантерея и парфюмерия		
Мебель		
Посуда, хозяйственные и электротовары		
Радио- и музыкальные товары		
Спорттовары		
Дополнительные услуги		
ИТОГО		

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 3.6

Рассчитайте потребность и необходимый прирост торговой сети для города с населением 400 тыс. жителей. В планируемом периоде численность жителей города увеличится на 10 %. Фактическая обеспеченность населения торговыми площадями составляет 122,2 % от установленного норматива. Текущий норматив обеспеченности населения торговой площадью составляет 320 м² на 1000 человек, на перспективу – 600 м² на 1000 человек. В результате реконструкции планируется ввести в эксплуатацию 1050 м² торговых площадей.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 3.7

Рассчитайте необходимый прирост торговых площадей города. Фактическая торговая площадь составляет 85 тыс. м², выбытие торговой площади – 1,5 % от действующей, прирост торговых площадей за счет изменения товарного профиля магазина – 1500 м². В городе проживает 500 тыс. человек. Норматив торговой площади составляет 600 м² на 1000 жителей.

РЕШЕНИЕ

ТЕМА 4. УСТРОЙСТВО И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАНИРОВКИ МАГАЗИНОВ

Цель: сформировать практические навыки определения установочной и экспозиционной площади торгового зала магазина и эффективности их использования, разработки планировок торгового зала с учетом мерчандайзинговой концепции магазина.

ЗАДАНИЕ 4.1

Напишите формулы расчета показателей, характеризующих использование установочной и экспозиционной площади торгового зала магазина (таблица 4.1).

Таблица 4.1 – Показатели использования установочной и экспозиционной площади торгового зала магазина

Наименование показателя	Формула расчета	Условные обозначения
Коэффициент установочной площади		
Коэффициент экспозиционной площади		
Коэффициент емкости оборудования		
Эффективность использования установочной площади		
Эффективность использования экспозиционной площади		

ЗАДАНИЕ 4.2

Рассчитайте необходимое количество горок для размещения парфюмерно-косметических товаров в секции универсама на основе следующих данных: запасы данной группы товаров в торговом зале составляют 300 тыс. р.; стоимость парфюмерно-косметических товаров, размещенных на 1 м² экспозиционной площади, – 2500 млн р.; экспозиционная площадь одной горки – 10 м².

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 4.3

По данным таблиц 4.2–4.4 рассчитайте коэффициенты установочной и экспозиционной площадей в магазине «Парфюмер». На основе анализа полученных показателей дайте предложения по повышению эффективности использования торговых площадей магазина.

Таблица 4.2 – Площадь торгового зала магазина «Парфюмер» и нормативные коэффициенты ее использования

Площадь торгового зала магазина, м ²	Нормативные значения коэффициентов	
	установочной площади	экспозиционной площади
400	0,30	0,73

Таблица 4.3 – Виды, количество и размеры торговой мебели в магазине «Парфюмер»

Вид оборудования	Количество оборудования, ед.	Размеры оборудования, м	
		длина	ширина
Горки:			
– пристенная	47	1,5	0,9
– островная	29	1,2	0,8
– островная с кассетами	30	1,0	0,8
– со штангами	25	1,2	0,8
Подставка для галстуков	6		
Прилавки-витрины	38	0,9	0,6
Контейнеры колесные с 3 полками	6	0,85	0,7

Примечание: установочная и экспозиционная площадь единицы оборудования «Подставка для галстуков» составляет 0,42 м².

Таблица 4.4 – Виды, количество и размеры плоскостей для выкладки товаров торговой мебели в магазине «Парфюмер»

Вид оборудования	Количество оборудования, ед.	Размеры плоскостей выкладки,	
		длина	ширина
Горки пристенные:	47	-	-
полка 1		1,5	0,9
полка 2		1,5	0,7
полка 3		1,5	0,6
полка 4		1,5	0,5
Горки островные:	29	-	-
полка 1		1,2	0,8
полка 2		1,2	0,6
полка 3		1,2	0,4
Горки островные с кассетами:	30	-	-
полка 1		1,0	0,8
полка 2		1,0	0,6
полка 3		1,0	0,4
Подставка для галстуков	6		
Прилавки-витрины	38	0,9	0,6
Контейнеры колесные с 3 полками (4 поверхности для выкладки товаров)	6	0,85	0,7

Примечание: установочная и экспозиционная площадь единицы оборудования «Подставка для галстуков» составляет 0,42 м².

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 4.4

Определите показатели использования площади универсального магазина самообслуживания, если его общая площадь составляет 850 м^2 , торговая — 450 м^2 . В торговом зале под оборудованием находится 280 м^2 площади, экспозиционная площадь оборудования и торговой мебели составляет 670 м^2 . Дайте оценку эффективности использования площадей магазина. Нормативное значение коэффициента установочной площади составляет 0,35, нормативное значение коэффициента установочной площади – 0,8.

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 4.5

Продовольственный магазин представляет собой отдельно стоящее здание общей площадью 550 м^2 , площадь торгового зала 250 м^2 . Планировка торгового зала магазина представлена на рисунке 4.1.

Продажа товаров в магазине осуществляется через прилавок, самообслуживание используется при продаже замороженных продуктов, хлебобулочных изделий, бакалеи, соков, безалкогольных напитков, некоторых молочных товаров, непродовольственных товаров первой необходимости.

Выявите недостатки в существующей планировке торгового зала и размещении товаров.

Разработайте новые планировки торгового зала на основе ценовой, театральной концепций и концепции «экономия времени», при условии, что не менее 70 % товарооборота будет приходиться на самообслуживание.

Какие принципы и требования необходимо учитывать при размещении товаров и выборе оборудования для магазинов различных концепций, чтобы обеспечить им соответствующие конкурентные преимущества?

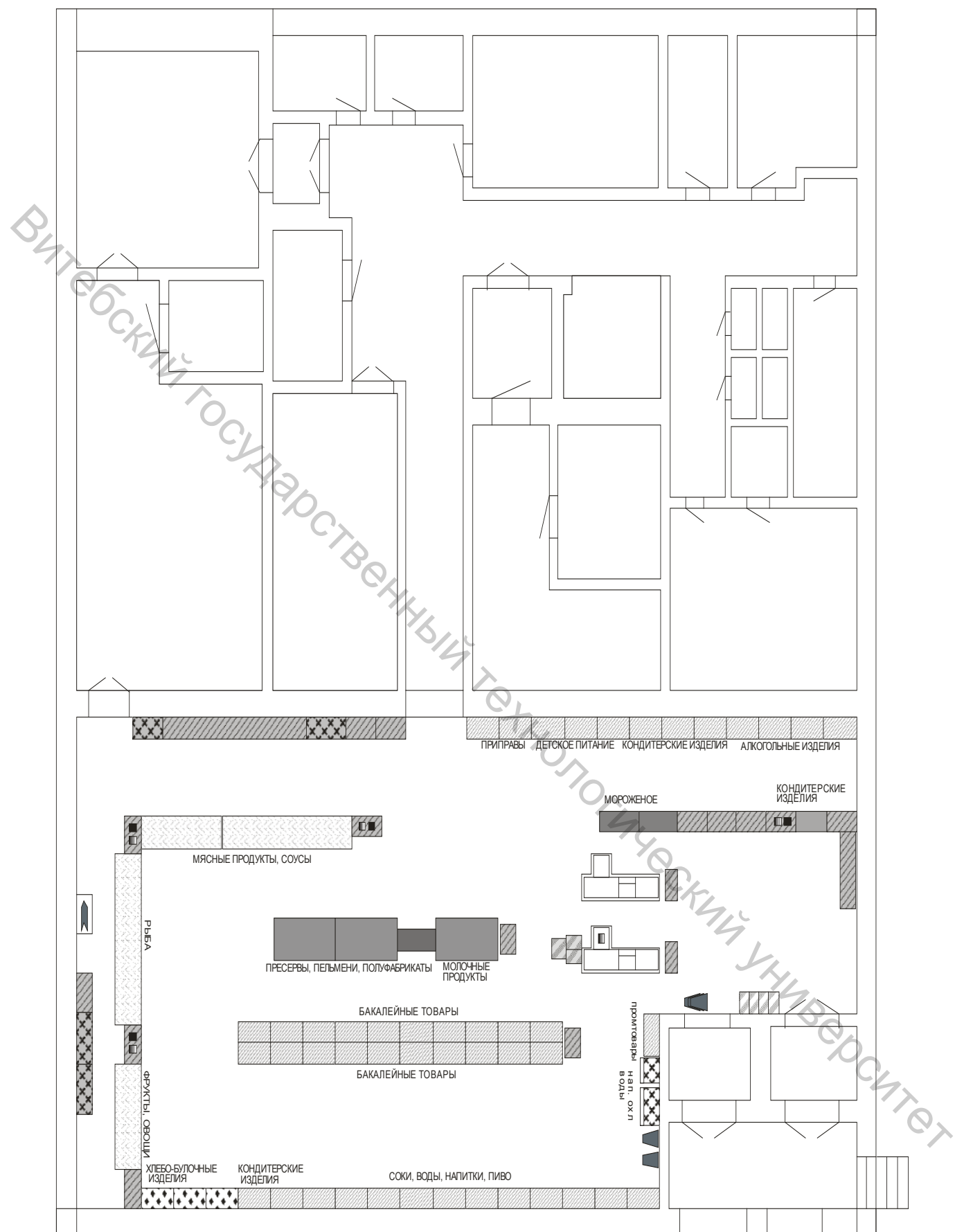


Рисунок 4.1 – Планировка торгового зала продовольственного магазина

Условно-графическое изображение торгово-технологического оборудования

	Стеллаж металлический островной двухсторонний (высота 1930)		Шкаф секционный (высота 1800)
	Стеллаж металлический торцевой (высота 1930)		Весы торговые с печатью самоклеящихся этикеток
	Стеллаж металлический пристенный (высота 2230)		Стационарный сканер штрих-кода
	Шкаф холодильный (стеклянная дверь) (высота 1980)		POS-система
	Бонета морозильная (высота 940)		Корзина хозяйственная покупательская
	Горка хлебная (высота 2230)		Стол упаковочный
	Горка хлебная (высота 2230)		Стеллаж для конфет
	Горка холодильная фруктовая (высота 1990)		Турникет флажковый
	Горка холодильная гастрономическая (высота 1990)		Стойка ограничительная
	Витрина холодильная угловая (внутренний угол 90 гр., высота 1270)		Горка прикассовая двухсторонняя
	Витрина холодильная угловая (наружный угол 90 гр., высота 1270)		Горка прикассовая односторонняя
	Витрина холодильная (высота 1270)		Прилавок торговый
	Витрина холодильная (высота 1270)		Прилавок торговый
	Кассовый бокс с транспортером и узким накопителем (высота 908)		Стол производственный

Витебский государственный технологический университет

Планировка торгового зала при использовании театральной концепции

Витебский государственный технологический университет

Пояснения:

В МАГАЗИНЕ

Цель: закрепить теоретические навыки осуществления приемки товаров по количеству и качеству, сформировать практические навыки оценки эффективности размещения и выкладки товаров в торговом зале магазина.

ЗАДАНИЕ 5.1

Перечислите стадии и операции торгово-технологического процесса в магазине, заполнив схему, представленную на рисунке 5.1.

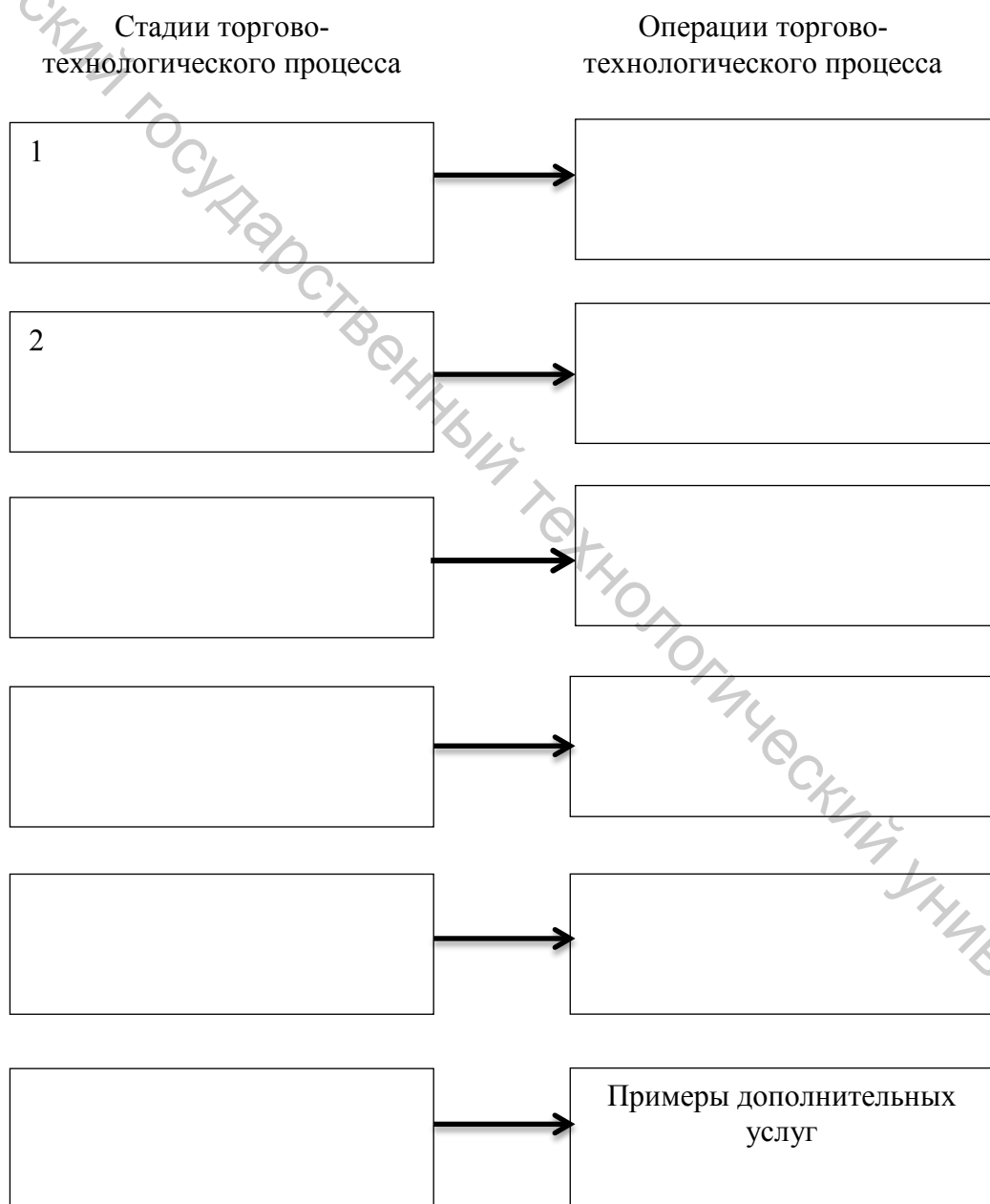


Рисунок 5.1 – Схема организации торгово-технологического процесса в магазине

ЗАДАНИЕ 5.2

На основе изучения Постановления Совета Министерства Республики Беларусь № 1290 от 03.09.2008 «Положение о приемке товаров по количеству и качеству» заполните таблицы 5.1 и 5.2, приведенные ниже.

Таблица 5.1 – Сроки приемки и документы, подтверждающие количество товаров

Товары	Сроки приемки		Документы, подтверждающие количество товаров
	одногородный поставщик	иногородный поставщик	
1 Скоропортящиеся			
2 Остальные			

Таблица 5.2 – Сроки приемки и документы, подтверждающие качество товаров

Товары	Сроки приемки		Документы, подтверждающие качество товаров
	одногородный поставщик	иногородный поставщик	
1 Скоропортящиеся			
2 Остальные			

Таблица 5.3 – Порядок действий материально ответственного лица при обнаружении недостачи (излишка) и несоответствия качества товаров

Порядок действий	Товары	
	скоропортящиеся	остальные
1.		
2.		
3.		
4.		

Таблица 5.4 – Порядок действий продавца при получении уведомления покупателя о несоответствиях товара

Товары	Сроки приемки	
	одногородный поставщик	иногородный поставщик
1 Скоропортящиеся		
2 Остальные		

Таблица 5.5 – Представители продавца для участия в приемке товаров

Представители продавца	Наименование органа

Таблица 5.6 – Органы, проводящие экспертизу товаров в Республике Беларусь

Органы, проводящие экспертизу товаров	Наименование органа

ЗАДАНИЕ 5.3

Оцените эффективность размещения и выкладки товаров в торговом зале универсального продовольственного магазина на основе информации, представленной в таблице 5.7, предложите рекомендации по их совершенствованию.

Таблица 5.7 – Информация для оценки эффективности размещения и выкладки товаров в магазине

Наименование товарных групп	Розничный товарооборот за год, руб.	Экспозиционная площадь, м ²
1 Мясо и птица	19150	3,6
2 Колбасные изделия и копчености	38310	1,7
3 Рыба и морепродукты пищевые	6800	3,3
4 Масло животное	5930	0,7
5 Масло растительное	4145	1,1
6 Маргариновая и майонезная продукция	6800	3,1
7 Молоко и молочная продукция	53000	11,5
8 Сыр	10790	0,6
9 Консервы мясные	2515	1,9
10 Консервы рыбные	4765	1,9
11 Консервы овощные	7295	9,7
12 Консервы фруктово-ягодные	8670	0,7
13 Яйца и яйцепродукты	7700	1,2
14 Сахар	6250	0,3
15 Кондитерские изделия	27700	20,8
16 Варенья, джемы, повидло, мед	210	0,7
17 Чай	5900	3,1
18 Кофе	5000	2,6
19 Соль	400	0,2
20 Мука	2300	4,2
21 Хлеб и хлебобулочные изделия	30000	7,6
22 Крупа и бобовые	6700	2,9
23 Макароны изделия	4500	7,2
24 Овощи	8300	2
25 Плоды, ягоды, виноград, арбузы и дыни	18300	4,8
26 Водка	25000	5,1
27 Ликеро-водочные изделия	5000	0,7
28 Вино, коньяк, шампанское, бренди	28500	5,8
29 Пиво	18000	4,7
30 Безалкогольные, слабоалкогольные напитки	11500	9,2
31 Мороженое	8200	1,1
32 Другие продовольственные товары	6500	6,3
33 Мыло хозяйственное	240	0,2
34 Синтетические моющие средства	3200	2,5
35 Мыло туалетное	1210	0,2
36 Парфюмерно-косметические товары	7725	4,7
37 Табачные изделия и махорка	16800	0,6
38 Бумажно-беловые товары	3065	1,4
39 Школьно-письменные и канцелярские товары	240	0,2
40 Печатные изделия	2800	0,7
41 Хозяйственные товары	1510	1,1
42 Товары бытовой химии	4020	1,4
43 Другие непродовольственные товары	12310	1,6
ИТОГО	447250	144,9

Методика выполнения задания 5.3

1. Для оценки эффективности размещения и выкладки товаров в торговом зале магазина рассчитываются коэффициенты эффективности использования экспозиционной площади ($KЭ_i$) отдельно для каждой товарной группы:

$$KЭ_i = \frac{Д_{Ti}}{Д_{nli}}, \quad (5.1)$$

где $Д_{Ti}$ – доля розничного товарооборота i -ой товарной группы в розничном товарообороте магазина, %; $Д_{nli}$ – доля экспозиционной площади, занимаемая i -ой товарной группой, к экспозиционной площади торгового зала, %.

Доля розничного товарооборота i -ой товарной группы в розничном товарообороте магазина определяется:

$$Д_{Ti} = \frac{Tp_i}{\sum_{i=1}^n Tp_i}, \quad (5.2)$$

где Tp_i – розничный товарооборот за определенный период времени (месяц, квартал, год) по i -ой товарной группе, р.; n – количество товарных групп, реализуемых в магазине.

Доля экспозиционной площади, занимаемая i -ой товарной группой, к экспозиционной площади торгового зала, рассчитывается аналогично.

2. Дается интерпретация полученным результатам с использованием классификатора (таблица 5.8).

Таблица 5.8 – Классификатор эффективности использования экспозиционной площади торгового зала магазина

Значение коэффициента эффективности использования экспозиционной площади, доля ед.	Эффективность использования экспозиционной площади
менее 0,6	очень низкая
0,6–1	низкая, но допустимая
1–2	средняя
2–3	высокая
3 и выше	высокая, но под товар выделено не достаточно экспозиционной площади

3. Предлагаются возможные рекомендации по совершенствованию размещения и выкладки товаров в магазине.

РЕШЕНИЕ

Таблица 5.9 – Доли товарооборота товарных групп в общем объеме товарооборота магазина и доли экспозиционной площади товарных групп в экспозиционной площади торгового зала

Наименование товарных групп	Розничный товароборот, р.	Доля розничного товарооборота, %	Экспозиционная площадь, м ²	Доля экспозиционной площади, %
1	2	3	4	5
1 Мясо и птица	19150		3,6	
2 Колбасные изделия и копчености	38310		1,7	
3 Рыба и морепродукты пищевые	6800		3,3	
4 Масло животное	5930		0,7	
5 Масло растительное	4145		1,1	
6 Маргариновая и майонезная продукция	6800		3,1	
7 Молоко и молочная продукция	53000		11,5	
8 Сыр	10790		0,6	
9 Консервы мясные	2515		1,9	
10 Консервы рыбные	4765		1,9	
11 Консервы овощные	7295		9,7	
12 Консервы фруктово-ягодные	8670		0,7	
13 Яйца и яйцепродукты	7700		1,2	
14 Сахар	6250		0,3	
15 Кондитерские изделия	27700		20,8	
16 Варенья, джемы, повидло, мед	210		0,7	
17 Чай	5900		3,1	
18 Кофе	5000		2,6	
19 Соль	400		0,2	
20 Мука	2300		4,2	
21 Хлеб и хлебобулочные изделия	30000		7,6	
22 Крупа и бобовые	6700		2,9	
23 Макароны изделия	4500		7,2	
24 Овощи	8300		2	
25 Плоды, ягоды, виноград, арбузы и дыни	18300		4,8	
26 Водка	25000		5,1	
27 Ликеро-водочные изделия	5000		0,7	
28 Вино, коньяк, шампанское, бренди	28500		5,8	
29 Пиво	18000		4,7	
30 Безалкогольные, слабоалкогольные напитки	11500		9,2	
31 Мороженое	8200		1,1	
32 Другие продовольственные товары	6500		6,3	
33 Мыло хозяйственное	240		0,2	

Окончание таблицы 5.9

1	2	3	4	5
34 Синтетические моющие средства	3200		2,5	
35 Мыло туалетное	1210		0,2	
36 Парфюмерно-косметические товары	7725		4,7	
37 Табачные изделия и махорка	16800		0,6	
38 Бумажно-беловые товары	3065		1,4	
39 Школьно-письменные и канцелярские товары	240		0,2	
40 Печатные изделия	2800		0,7	
41 Хозяйственные товары	1510		1,1	
42 Товары бытовой химии	4020		1,4	
43 Другие непродовольственные товары	12310		1,6	
ИТОГО	447250		144,9	

Таблица 5.10 — Распределение товарных групп в зависимости от эффективности использования экспозиционной площади торгового зала магазина

Эффективность использования экспозиционной площади	
Очень низкая	
Низкая, но допустимая	
Средняя	
Высокая	
Высокая, но под товар выделено не достаточно экспозиционной площади	

ВЫВОД:**ЗАДАНИЕ 5.4**

На основе данных магазина «Универмаг» (таблица 5.11), рассчитайте структуру покупок по количеству товаров и по сумме. Определите среднее количество товаров в одной покупке и среднюю сумму покупки.

Дайте оценку эффективности размещения и выкладки товаров в магазине «Универмаг».

Таблица 5.11 – Распределение покупок в зависимости от количества товаров в магазине «Универмаг»

Количество товаров в покупке, ед.	Количество покупок, ед.
1	11739
2	16957
3	15721
4	11121
5	7620
6 и более	5492

Таблица 5.12 – Распределение покупок в зависимости от суммы в магазине «Универмаг»

Сумма покупки, руб.	Количество покупок, ед.
До 10	23302
10–20	23330
20–30	13421
30–40	3109
40–50	2345
50–60	853
60–100	1716
100–300	481
Свыше 300	96

РЕШЕНИЕ

Таблица 5.13 – Структура покупок по количеству товаров и среднее количество товара в одной покупке

Количество товаров в покупке, ед.	Количество покупок, ед.	Удельный вес, %	Среднее количество товара в одной покупке, ед.
1	11739		
2	16957		
3	15721		
4	11121		
5	7620		
6 и более	5492		
Всего		100	

Таблица 5.14 – Структура покупок по сумме и средняя сумма покупки

Сумма покупки, руб.	Количество покупок, ед.	Удельный вес, %	Средняя сумма покупки, руб.
До 10	23302		
10–20	23330		
20–30	13421		
30–40	3109		
40–50	2345		
50–60	853		
60–100	1716		
100–300	481		
Свыше 300	96		
Всего		100	

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 5.5

В торговом центре «Южный» по данным специальных счетчиков за месяц было установлено общее количество посетителей и количество посетителей по секциям. Кроме того, за месяц было установлено общее количество покупателей, в том числе количество покупателей по секциям торгового центра (таблица 5.15).

Таблица 5.15 – Информация о количестве посетителей и покупателей по секциям торгового центра «Южный»

Наименование секции	Количество посетителей, чел.	Количество покупателей, чел.
1	812	188
2	2269	268
3	834	130
4	317	67
5	555	69
6	1563	202
7	1284	258
Всего	7634	1182

Используя информацию, представленную в таблице 5.15, рассчитайте коэффициенты подхода к отделам, коэффициенты покупок, коэффициенты конверсии и коэффициенты привлекательности отделов. Сделайте выводы.

РЕШЕНИЕ

Таблица 5.16 – Значения показателей торгового центра «Южный»

Наименование секции	Коэффициент подхода	Коэффициент покупки	Коэффициент конверсии	Коэффициент привлекательности отдела
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
Всего				

ВЫВОД:

ТЕМА 6. ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Цель: сформировать навыки оценки уровня культуры торговли в магазине.

ЗАДАНИЕ 6.1

Перечислите методы продажи товаров в магазине, заполнив схему, представленную на рисунке 6.1.

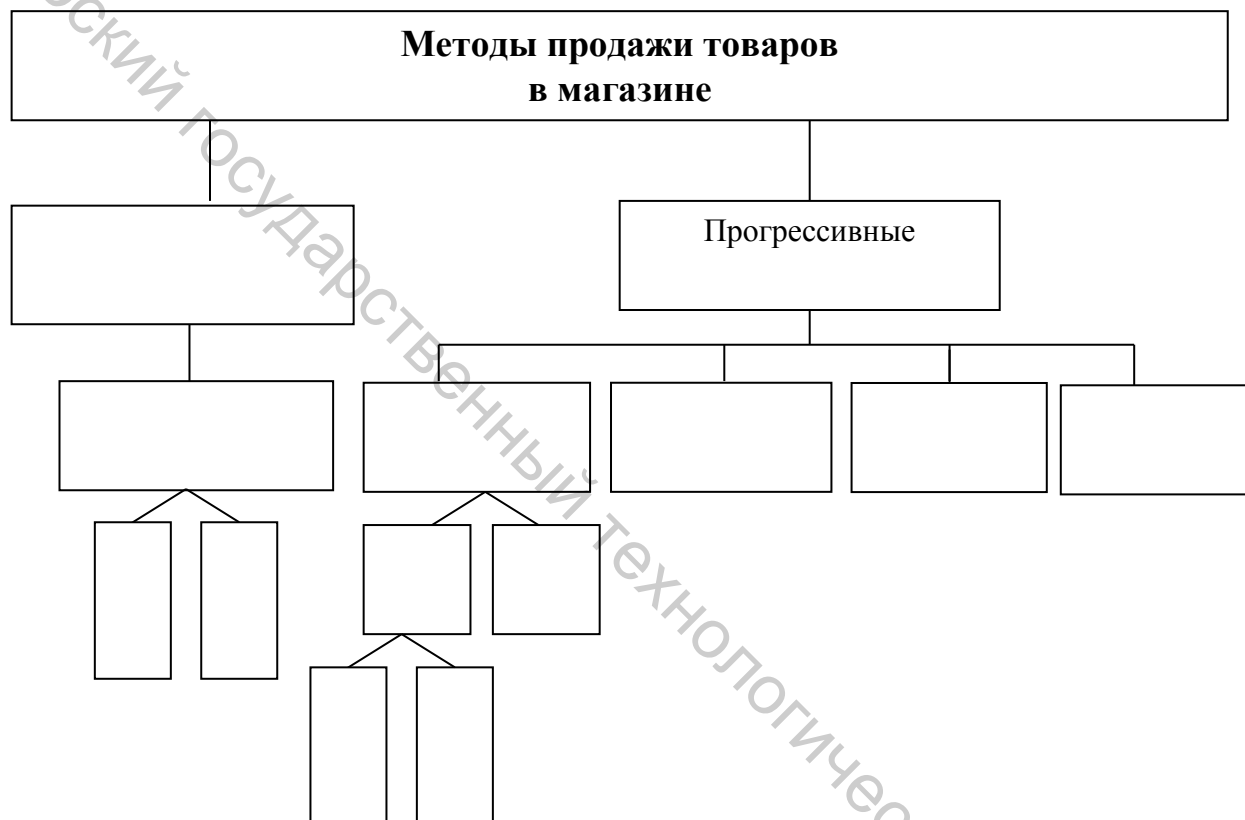


Рисунок 6.1 – Методы продажи товаров в магазине

ЗАДАНИЕ 6.2

Напишите формулы расчета частных и обобщающего показателей, характеризующих уровень культуры торговли в магазине (таблица 6.1).

Таблица 6.1 – Показатели оценки уровня культуры торговли в магазине

Наименование показателя	Формула расчета	Условные обозначения
1	2	3
Коэффициент устойчивости ассортиментного перечня		

Окончание таблицы 6.1

1	2	3
Коэффициент дополнительного обслуживания покупателей		
Коэффициент затрат времени на ожидания обслуживания покупателями		
Коэффициент культуры обслуживания по мнению покупателей		
Обобщающий коэффициент культуры торговли в магазине		

ЗАДАНИЕ 6.3

По данным таблицы 6.2 рассчитайте коэффициент устойчивости ассортиментного перечня специализированного магазина «Марко» за I квартал.

Таблица 6.2 – Результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня обуви в магазине «Марко» в I квартале 20.... г.

Ассортимент обуви	Количество наименований по ассортиментному перечню	Фактическое количество наименований ассортимента при проверках		
		первой	второй	третьей
Ботинки зимние:				
мужские	4	5	4	5
детские	2	3	5	6
Сапоги женские	3	5	6	7
Туфли модел. женские	5	4	5	7
Полуботинки мужские	3	3	3	2
Босоножки женские	2	1	2	1
Обувь домашняя				
женская	2	4	8	3
мужская	2	3	5	5
детская	2	1	2	2
Итого				

РЕШЕНИЕ

ЗАДАНИЕ 6.4

Рассчитайте коэффициент дополнительного обслуживания покупателей продовольственного магазина в I квартале исходя из следующих данных. Количество обязательных услуг, предоставляемых покупателям в магазине, – 6 единиц; количество проверок за квартал – 3; фактически оказано услуг: при первой проверке – 3, при второй проверке – 4, при третьей проверке – 4.

Объем фактически предоставленных покупателям платных видов услуг представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Количество предоставленных покупателям платных видов услуг

Наименование показателей	I квартал прошлого года	I квартал отчетного года
Комплектование подарочных наборов, шт.	200	180
Доставка товаров на дом и их установка, ед.	110	105
Пошив штор из ткани, купленной в магазине, шт.	400	120

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 6.5

По данным таблицы 6.4 рассчитайте коэффициент затрат времени покупателей на ожидание обслуживания в магазине «Одежда» общегородского значения. Оптимальные затраты времени покупателей на обслуживание для данного магазина составляют 150 секунд.

Таблица 6.4 – Результаты замеров затрат времени покупателей на ожидание обслуживания в магазине «Одежда» в период 2–6 апреля 20... г.

Элементы затрат времени	Замеры времени, с					
	Номера наблюдений					
	1	2	3	4	5	6
Ожидание консультации	50	14	28	40	52	50
Ожидание примерки	86	90	70	90	100	50
Ожидание расчета	30	20	40	20	18	80
Ожидание получения товара	44	38	20	40	12	20
ИТОГО						

Примечание: время на ожидание консультации рассчитывается от момента подхода покупателя к работнику магазина, занятому непосредственно обслуживанием покупателей, до начала предоставления консультации; время на ожидание примерки — от момента подхода к примерочной кабине при приобретении одежды; к скамейке, банкетке для примерки при приобретении обуви, до начала примерки; ожидание расчета — от момента подхода к расчетному узлу до начала расчета; ожидание получения товара — от момента подхода к столу упаковки до начала упаковки или к столу выдачи товаров до получения покупки.

ЗАДАНИЕ 6.6

Рассчитайте коэффициент культуры обслуживания и обобщающий показатель уровня культуры торговли в четырех продовольственных магазинах ОАО «Веста». Определите категорию магазинов, если по результатам устного опроса 500 посетителей в каждом из четырех магазинов на «отлично» и «хорошо» оценили уровень культуры обслуживания: в магазине № 1 – 500 человек, в магазине № 2 – 460, в магазине № 3 – 420, в магазине № 4 – 325. Частные показатели культуры торговли магазина приведены в таблице 6.5.

Таблица 6.5 – Значения частных показателей культуры торговли в магазинах № 1, № 2, № 3, № 4 ОАО «Веста»

№ магазина	Частные показатели культуры торговли				Обобщающий показатель культуры торговли	Категория магазина по уровню культуры торговли
	коэффициент устойчивости ассортимента	коэффициент дополнительного обслуживания	коэффициент затрат времени на обслуживание	коэффициент культуры обслуживания по мнению покупателей		
1	0,92	0,94	0,8	?	?	?
2	0,83	0,73	1,0	?	?	?
3	0,74	0,61	1,0	?	?	?
4	0,69	0,70	0,9	?	?	?
Значимость показателей	$z_1 = 0,35$	$z_2 = 0,20$	$z_3 = 0,45$	$z_4 = 1,0$	х	х

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 6.7

Для оценки культуры торговли в магазинах торговой сети «ТРАМП», реализующей продовольственные товары, был проведен опрос покупателей. Результаты опроса покупателей трех магазинов торговой сети «ТРАМП» представлены в таблицах 6.6–6.9. По представленной информации оцените уровень культуры торговли каждого магазина и торговой сети в целом, при условии, что доля магазина № 1 в товарообороте торговой сети составляет 17 %, магазина № 2 – 31 %, а магазина № 3 – 48 %. Удельный вес магазинов в общем товарообороте торговой организации 20 %, 45 % и 35 % соответственно.

Таблица 6.6 – Оценки культуры торговли в магазине № 1 торговой сети «ТРАМП»

Показатели	Оценки покупателей, балл									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Удобство расположения магазина относительно других объектов	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4
2 Наличие подъездных путей и автостоянки для личного транспорта	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
3 Экстерьер здания магазина	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4 Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4
5 Наличие вывески	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
6 Режим работы магазина	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7 Интерьер магазина	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2
8 Удобство планировки и размещения торгового оборудования	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2
9 Площадь торгового зала	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
10 Достаточность касс и оперативность расчета за покупку	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
11 Время ожидания расчёта	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
12 Профессионализм персонала	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
13 Цены на товары	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
14 Ассортимент товаров	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
15 Качество, реализуемых товаров	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
16 Выкладка товаров	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
17 Мероприятия по стимулированию продаж	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3

Таблица 6.7 – Оценки культуры торговли в магазине № 2 торговой сети «ТРАМП»

Показатели	Оценки покупателей, балл									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 Удобство расположения магазина относительно других объектов	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
2 Наличие подъездных путей и автостоянки для личного транспорта	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4

Окончание таблицы 6.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3 Экстерьер здания магазина	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
4 Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5 Наличие вывески	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6 Режим работы магазина	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7 Интерьер магазина	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
8 Удобство планировки и размещения торгового оборудования	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
9 Площадь торгового зала	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
10 Достаточность касс и оперативность расчета за покупку	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
11 Время ожидания расчёта	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
12 Профессионализм персонала	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
13 Цены на товары	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
14 Ассортимент товаров	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
15 Качество реализуемых товаров	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4
16 Выкладка товаров	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
17 Мероприятия по стимулированию продаж	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5

Таблица 6.8 – Оценки культуры торговли в магазине № 3 торговой сети «ТРАМП»

Показатели	Оценки покупателей, балл									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Удобство расположения магазина относительно других объектов	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2 Наличие подъездных путей и автостоянки для личного транспорта	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3 Экстерьер здания магазина	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
4 Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
5 Наличие вывески	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
6 Режим работы магазина	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
7 Интерьер магазина	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8 Удобство планировки и размещения торгового оборудования	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9 Площадь торгового зала	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10 Достаточность касс и оперативность расчета за покупку	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
11 Время ожидания расчёта	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
12 Профессионализм персонала	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
13 Цены на товары	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
14 Ассортимент товаров	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
15 Качество реализуемых товаров	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16 Выкладка товаров	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
17 Мероприятия по стимулированию продаж	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5

Таблица 6.9 – Коэффициенты значимости показателей культуры торговли

Наименование показателя	1 Удобство расположения магазина относительно других объектов	2 Наличие подъездных путей и автостоянки для личного транспорта	3 Экстерьер здания магазина	4 Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	5 Наличие вывески	6 Режим работы магазина	7 Интерьер магазина	8 Удобство планировки и размещения торгового оборудования	9 Площадь торгового зала	10 Достаточность касс и оперативность расчета за покупку	11 Время ожидания расчёта	12 Профессионализм персонала	13 Цены на товары	14 Ассортимент товаров	15 Качество, реализуемых товаров	16 Выкладка товаров	17 Мероприятия по стимулированию продаж
Коэффициент значимости	0,032	0,046	0,053	0,043	0,043	0,061	0,059	0,066	0,061	0,068	0,068	0,069	0,068	0,070	0,083	0,059	0,051

По представленной информации оцените уровень культуры торговли в этих магазинах, сделайте выводы.

РЕШЕНИЕ

Таблица 6.10 – Средние оценки культуры торговли по магазинам

Показатели	Оценки, балл		
	Магазин № 1	Магазин № 2	Магазин № 3
1 Удобство расположения магазина относительно других объектов			
2 Наличие подъездных путей и автостоянки для личного транспорта			
3 Экстерьер здания магазина			
4 Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений			
5 Наличие вывески			
6 Режим работы магазина			
7 Интерьер магазина			
8 Удобство планировки и размещения торгового оборудования			
9 Площадь торгового зала			
10 Достаточность касс и оперативность расчета за покупку			
11 Время ожидания расчёта			
12 Профессионализм персонала			
13 Цены на товары			
14 Ассортимент товаров			
15 Качество реализуемых товаров			
16 Выкладка товаров			
17 Мероприятия по стимулированию продаж			

Таблица 6.11 – Оценки культуры торговли магазинов с учетом коэффициента значимости

Показатели	Коэффициент значимости	Оценки, балл		
		Магазин № 1	Магазин № 2	Магазин № 3
1	2	3	4	5
1 Удобство расположения магазина относительно других объектов	0,032			
2 Наличие подъездных путей и автостоянки для личного транспорта	0,046			
3 Экстерьер здания магазина	0,053			
4 Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	0,043			
5 Наличие вывески	0,043			
6 Режим работы магазина	0,061			
7 Интерьер магазина	0,059			
8 Удобство планировки и размещения торгового оборудования	0,066			
9 Площадь торгового зала	0,061			
10 Достаточность касс и оперативность расчета за покупку	0,068			
11 Время ожидания расчёта	0,068			
12 Профессионализм персонала	0,069			
13 Цены на товары	0,068			
14 Ассортимент товаров	0,070			
15 Качество реализуемых товаров	0,083			
16 Выкладка товаров	0,059			
17 Мероприятия по стимулированию продаж	0,051			
Всего	1			
Уровень культуры торговли				

ВЫВОД:

ЗАДАНИЕ 6.8 **ДЕЛОВАЯ ИГРА: «АКТИВНАЯ ПРОДАЖА»**

Цель деловой игры: обучение студентов и слушателей навыкам активной продажи товаров и обслуживания покупателей в магазине.

Задачи:

1. Создание базы потребительских свойств товаров, реализуемых в магазине.
2. Выявление групп и характеристик покупателей магазина.
3. Создание базы ответов при работе с сомнениями и возражениями покупателей.
4. Тренинг активной продажи по схеме продавец-покупатель-наблюдатель.

В начале игры слушатели (студенты) должны ответить на следующие вопросы:

1. Дать определение методу активной продажи товара.
2. Определить, что составляет базис (основу) активной продажи товаров.
3. Перечислить и кратко охарактеризовать этапы активной продажи.

1. Создание базы потребительских свойств товаров, реализуемых в магазине.

Группа делится на команды по 6 человек. Каждая команда – это торгово-оперативный персонал магазина по продаже определенных товаров.

Слушатели разрабатывают карточки на отдельные товары (каждый слушатель – 10 карточек) по следующей схеме:

- 1) наименование товара;
- 2) производитель;
- 3) основные потребительские свойства и характеристики товара;
- 4) формулируется 3 наиболее часто задаваемых покупателями вопроса относительно характеристик, реализуемых товаров (таблица 6.12).

С результатами работы каждой группы знакомятся все слушатели.

Таблица 6.12 – Карточки на товары, реализуемые в магазине

Карточка № 1	
Наименование товара	
Производитель Основные потребительские свойства и характеристики товара	Вопросы покупателей
Карточка № 2	
Наименование товара	
Производитель Основные потребительские свойства и характеристики товара	Вопросы покупателей

Карточка № 3	
Наименование товара	
Производитель Основные потребительские свойства и характеристики товара	Вопросы покупателей
Карточка № 4	
Наименование товара	
Производитель Основные потребительские свойства и характеристики товара	Вопросы покупателей
Карточка № 5	
Наименование товара	
Производитель Основные потребительские свойства и характеристики товара	Вопросы покупателей

Примеры заполнения карточек

Держатель для телефона хром мини ALL RIDE	
Производитель Китай Основные потребительские свойства и характеристики товара Удерживание телефона на панели автомобиля	Вопросы покупателей 1. Можно ли крепить держатель на кожаные элементы салона? 2. Надежно ли удерживается телефон при вибрации? 3. Есть ли возможность переносить его в другие автомобили?
Автопылесос с влажной уборкой 12 В ALCA 229	
Производитель Китай Основные потребительские свойства и характеристики товара Электропитание 12 В, мощность 60 Вт, длина шнура 3 м. Удаление мусора и пыли в автомобиле. Соответствует европейским и российским стандартам	Вопросы покупателей 1. Пылесос подключается к аккумулятору? 2. Есть ли сменный модуль для мусора? 3. Как долго аккумулятор может работать без перерыва?
Колготки детские TIP-TOP	
Производитель CONTE SPA JV Ltd. Республика Беларусь, г. Гродно Основные потребительские свойства и характеристики товара Состав: 86 % — хлопок, 12 % — полиэстер, 2% — вискоза. Высокая прочность На пятках прорезиненные вставки Колготки для девочек и мальчиков. Разнообразный ассортимент: яркие расцветки с рисунком, однотонные модели.	Вопросы покупателей 1. Есть ли модели для мальчиков? 2. Какой состав? 3. Быстро ли колготки могут порваться?
Сыр Верхнедвинский легкий 25 %	
Производитель: ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод», Витебская область, Верхнедвинский район, д. Янино, Республика Беларусь Основные потребительские свойства и характеристики товара Натуральный продукт, массовая доля жира в сухом веществе 25 %. Срок реализации 12 ч с момента вскрытия упаковки. Состав: молоко нормализованное, вода питьевая, соль поваренная, пищевая, уплотнитель хлорид кальция, бактериальная закваска мезофильно-термофильных молочнокислых бактерий, ферментный препарат животного происхождения, краситель «Аннато». В 100 г продукта 13,3 г — жир, 33,6 г — белок. Энергетическая ценность 254 ккал	Вопросы покупателей 1. Сыр вкусный? 2. Хорошо ли сыр трется на терке? 3. Хорошо ли сыр плавится при запекании?

2. Выявление групп и характеристик покупателей магазина.

Проводится анализ покупателей конкретного магазина.

Выделяются группы покупателей по определенным признакам и дается их характеристика, приводится краткое описание покупательского поведения каждой группы.

Определяются ожидания покупателей каждой группы от обслуживания в магазине. Разрабатываются модели поведения продавцов с различными группами покупателей (таблица 6.13).

С результатами работы каждой группы знакомятся все слушатели (студенты).

Таблица 6.13 – Характеристика и особенности поведения по группам покупателей и рекомендации по работе с ними

Наименование группы покупателей	Характеристика и особенности поведения покупателей	Рекомендации по работе с группой

Пример: Группы покупателей в зависимости от цели визита в магазин

Наименование группы покупателей	Характеристика и особенности поведения покупателей	Рекомендации по работе с группой
1 Случайный посетитель	Пришел в магазин, чтобы убить время. Может совершить импульсивную покупку	Продавец должен завязать разговор с посетителем, например, рассказать о новых поступлениях. Продавец должен создать благоприятное

		впечатление о магазине
2 Общение	Пришел в магазин рассказать о своих проблемах или «разрядиться», создать конфликтную ситуацию	Немного можно послушать и посочувствовать, выяснить есть ли у него интерес к товарам и магазину. Полный рассказ о товарах, которые продаются в магазине
3 Получение информации о новых товарах	Хочет ознакомиться с новым товаром (вероятность совершения покупки 50 %)	Необходимо дать полную информацию о новых товарах, ответить на все вопросы посетителя. Нельзя быть навязчивым, чтобы не отпугнуть посетителя, дать время подумать
4 Получение информации для принятия решения о покупке	Посетителю нужна помощь для принятия решения о покупке. В случае правильной работы с ним покупка может состояться прямо сейчас	Необходимо найти дополнительные доводы совершения покупки, полный рассказ о возможностях использования товара, простота в использовании, наличие выгоды при покупке, комплименты
5 Для совершения целевой покупки	Это посетитель, который готов купить товар сейчас с вероятностью 99 %	Необходимо четко отвечать на поставленные вопросы, не выдавать больше информации, чем покупатель хочет услышать. Если покупатель четко знает, что он хочет, не стоит предлагать ему другие товары. После выбора основного товара можно предложить дополнительные. В завершении покупки похвала

3. Создание базы ответов при работе с сомнениями и возражениями покупателей (таблица 6.14).

Таблица 6.14 – Варианты ответов продавцов на сомнения и возражения покупателей

Сомнения и возражения покупателя	Ответ продавца
1	2

Окончание таблицы 6.14

1	2

Сомнения и возражения покупателя	Ответ продавца	
	Неправильный	Правильный
Подойдет ли мне этот трос для буксировки легкового автомобиля?	Наверное подойдет. Смотрите инструкцию	Этот трос предназначен для буксировки автомобиля массой 2 т. Какая масса у вашего автомобиля?
Почему масло 5 л дешевле, чем такое же 4 л? С ним что-то не так, оно бракованное?	Просто установлена такая цена	На этот товар проводится акция. Выгодно купить сейчас, так как акция продлится только до конца недели
Какой запах у этого омывателя для стекла, ядовитый или нет?	Откуда я знаю, каждый покупает то, что ему нравится	Этот омыватель содержит персиковую отдушку. Вам нравится аромат персика?
Подходят ли мне узкие джинсы?	Дамам крупной комплекции больше подходят прямые джинсы	Примерьте эту новинку, она подчеркнет ваши достоинства
Почему колготки «Prestige» дороже, чем «Solo»?	Потому что колготки «Solo» эконом-класса	Колготки «Prestige» сделаны из более качественного сырья и имеют зоны давления
Мне очень нравится модель этих сапог, но они до конца не застегиваются	Ну, я не знаю, других нет	В нашем магазине предоставляется услуга по растяжке голенища, либо можем предложить сделать специальные вставки

4. Тренинг активной продажи по схеме продавец-покупатель-наблюдатель.

Слушатели (студенты) делятся по ролям: продавец-покупатель-наблюдатель.

В группах моделируются ситуации обслуживания покупателей с учетом разработок, сделанных ранее. В функции наблюдателя входит корректировка действий и оказание помощи продавцу. Затем происходит смена ролей.

По схеме:

- 1) приветствие покупателя;
- 2) начало беседы;

- 3) развитие беседы, выяснение запросов и потребностей покупателей;
- 4) рассказ о товаре на основе выявленных потребностей;
- 5) работа с вопросами, сомнениями и возражениями покупателя;
- 6) завершение продажи, предложение сопутствующих товаров,
- 7) прощание с покупателем.

В конце игры подводятся итоги и слушатели (студенты) отвечают на вопросы анкеты.

ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА В ТОРГОВЛЕ

Цель: сформировать практические навыки обработки результатов фотографии рабочего времени и хронометражных наблюдений работников торговли.

ЗАДАНИЕ 7.1

Приведете классификацию затрат рабочего времени, заполнив схему, представленную на рисунке 7.1.

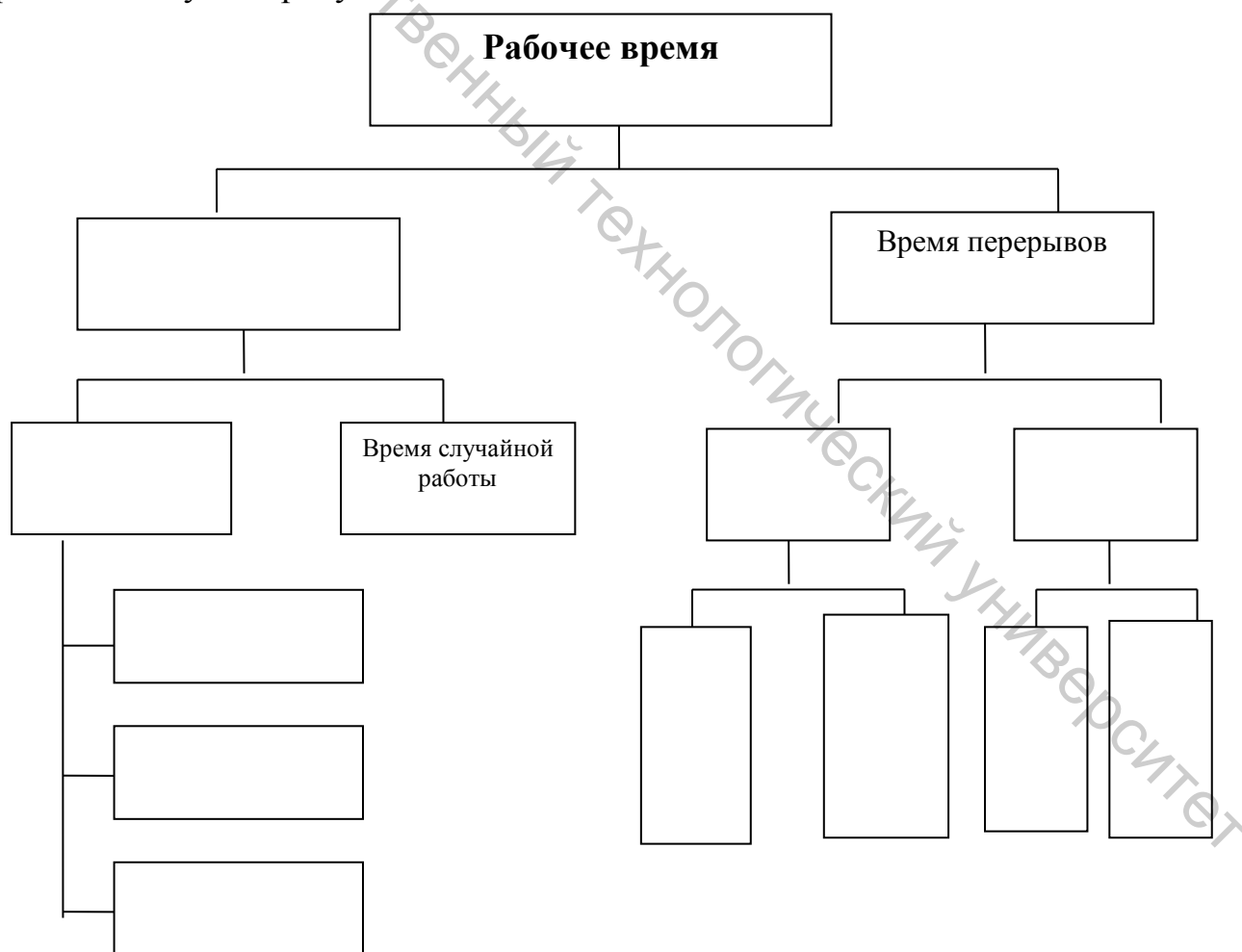


Рисунок 7.1 – Классификация затрат рабочего времени

ЗАДАНИЕ 7.2

Проведена индивидуальная фотография затрат рабочего времени продавца «Колбасного отдела» магазина «Продукты». Время работы продавца с 8.00 до 17.00, обеденный перерыв с 13.00 до 14.00. Данные фотографии затрат рабочего времени продавца приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Результаты фотографии затрат рабочего времени продавца «Колбасного отдела» магазина «Продукты»

Затраты рабочего времени	Текущее время, ч
Приход на рабочее место	7.50
Подготовка к работе	8.00
Обслуживание покупателей	8.20
Отсутствие покупателей	8.40
Прием товара со склада	8.50
Обслуживание покупателей	12.00
Пьет воду	12.05
Обслуживание покупателей	12.35
Посещение санузла	12.45
Отсутствие продавца на рабочем месте	13.00
Обеденный перерыв	14.00
Обслуживание покупателей	14.40
Подсчет и сдача выручки	14.55
Ремонт кассового аппарата	15.30
Обслуживание покупателей	17.00
Уход с работы	17.05

На основании данных, полученных в результате фотографии, разработать мероприятия по устранению потерь рабочего времени и составить нормальный баланс рабочего дня. Дать предложения по возможному повышению производительности труда продавца. Время на отдых и личные надобности в смену составляет 20 минут.

РЕШЕНИЕ

Таблица 7.2 – Определение продолжительности затрат и их индексация

Затраты рабочего времени	Текущее время, ч	Продолжительность затрат, мин	Индекс
Приход на рабочее место	7.50		
Подготовка к работе	8.00		
Обслуживание покупателей	8.20		
Отсутствие покупателей	8.40		
Прием товара со склада	8.50		
Обслуживание покупателей	12.00		
Пьет воду	12.05		
Обслуживание покупателей	12.35		
Посещение санузла	12.45		

Окончание таблицы 7.2

Отсутствие продавца на рабочем месте	13.00		
Обеденный перерыв	14.00		
Обслуживание покупателей	14.40		
Подсчет и сдача выручки	14.55		
Ремонт кассового аппарата	15.30		
Обслуживание покупателей	17.00		
Уход с работы	17.05		
Итого			

Таблица 7.3 – Фактический и нормальный балансы рабочего времени

Категория затрат рабочего времени	Фактический баланс		Нормальный баланс	
	суммарная продолжительность затрат, мин	удельный вес в общем времени наблюдения, %	суммарная продолжительность затрат, мин	удельный вес в общем времени наблюдения, %
1 Подготовительно-заключительные работы (ПЗ)				
2 Основная работа (ОР)				
3 Обслуживание рабочего места (ОРМ)				
4 Регламентированные перерывы (РП)				
5 Нерегламентированные перерывы (НП)				
Всего		100		100

ЗАДАНИЕ 7.3

По данным таблицы 7.4 проведите анализ результатов хронометражных наблюдений в магазине «Универсам» за выполнением кассиром-контролером операции «расчет за покупку» и заполните лист хронометражных наблюдений. На основе анализа сделайте выводы и дайте предложения по улучшению работы кассира-контролера.

Таблица 7.4 – Результаты хронометража операции кассира-контролера «расчет за покупку» в магазине «Универсам»

Элемент операции	Продолжительность элемента операции по номерам наблюдений, с												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Подготовка к расчету	20	12	28	20	30	24	32	22	18	32	15	26	24
Регистрация товара	100	10	35	20	80	45	74	125	78	53	39	70	32
Установление суммы покупки	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3
Объявление суммы покупки	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3
Получение наличных денег или безналичная оплата платежной картой	38	40	36	112	42	32	35	180	57	20	25	25	30

Окончание таблицы 7.4

Печатание чека и карт-чека при расчете платежной карточкой	3	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3	2	3
Выдача чека и сдачи, либо выдача чека и карт-чека	25	5	5	48	5	87	37	5	5	45	35	36	96
Заключительные операции расчета	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2
Общая продолжительность операции	192	79	117	210	170	197	191	345	170	161	123	167	193
Количество покупок, ед.	10	2	6	3	8	4	7	10	7	5	4	6	3

Форма 1. Лист хронометражных наблюдений

Торговая организация _____
 Дата наблюдения _____, начало наблюдения, _____
 конец наблюдения _____, продолжительность наблюдения _____
 _____ мин
 Характеристика работы _____
 Работник _____
 Стаж работы _____, специальность _____
 Характеристика работника _____
 Организация рабочего места и его оснащение _____
 Обслуживание рабочего места _____
 Используемое оборудование _____
 Используемые инструменты и приспособления _____

Таблица 7.5 – Расчет средних затрат времени на выполнение операции кассиром-контролером «расчет за покупку» в магазине «Универсам»

Элемент операции	Продолжительность элемента операции по номерам наблюдений, с													Коэффициент устойчивости хроноряда	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
Подготовка к расчету	20	12	28	20	30	24	32	22	18	32	15	26	24		
Регистрация товара	100	10	35	20	80	45	74	125	78	53	39	70	32		
Установление суммы покупки	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3		
Объявление суммы покупки	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3		
Получение наличных денег или безналичная оплата платежной карточкой	38	40	36	112	42	32	35	180	57	20	25	25	30		

Окончание таблицы 7.5

Печатание чека и карт-чека при расчете платежной карточкой	3	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3	2	3		
Выдача чека и сдачи, либо выдача чека и карт-чека	25	5	5	48	5	87	37	5	5	45	35	36	96		
Заключительные операции расчета	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2		
Средняя продолжительность операции	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126).
2. Положение о приемке товаров по количеству и качеству: Утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 1290 от 3 сентября 2008 г.
3. Правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 мая 2015 г. № 393 (Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь, 13.05.2015, 5/40518).
4. О технологических требованиях к организации процессов продажи товаров в розничных торговых объектах. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2016 г. № 20.
5. Об утверждении Инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 июня 2014 г. № 25.
6. О классификации форм розничной торговли Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 июня 2014 г. № 24.
7. Правила осуществления розничной торговли по образцам, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.01. 2009 г. № 31.
8. Правилами торговли на рынках Республики Беларусь, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь «О некоторых вопросах деятельности рынков» № 1623 от 12.12.2003 г; санитарными нормами и правилами СНиП 13-119.99 «Организация и проведение рыночной торговли продовольственным сырьем и пищевыми продуктами в Республике Беларусь», решениями местных органов управления.
9. Правила разносной торговли и продажи товаров по заказам, утвержденные приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 4 апреля 1997 г. № 44.
10. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 июня 2007 г. № 744.
11. Инструкция о порядке продажи в кредит. Постановление Министерства торговли Республики Беларусь, № 38 от 29.07.2003.
12. Виноградова, С. Н. Организация и технология торговли : учебник / под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Выш. шк., 2009. – 464 с.
13. Квасникова, В. В. Организация и технология торговли : краткий курс / В. В. Квасникова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2017. – 86 с.
14. Климченя, Л. С. Организация и технология торговли : практикум / Л. С. Климченя, О. А. Боровская, В. В. Лагойко. – Минск : БГЭУ, 2008. – 235 с.
15. Платонов, В. Н. Организация торговли : учебное пособие / В. Н. Платонов. – Минск : БГЭУ. – 2015. – 287 с.

Учебное издание

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

Рабочая тетрадь для практических занятий

Составитель:

Квасникова Вера Владимировна

Редактор *Н.В. Медведева*

Корректор *Т.А. Осипова*

Компьютерная верстка *М.А. Соколова*

Подписано к печати 12.01.18. Формат 60х90 1/8. Усл. печ. листов 8.0.

Уч.-изд. листов 3.9. Тираж 99 экз. Заказ № 31.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210035, г. Витебск, Московский пр., 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/172 от 12 февраля 2014 г.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.