**ГРУППА 31-К Организация торговли**

**Преподаватель - Чебыкина Галина Александровна**

**ДАТА: 11.11.20**

**ТЕМА: ПЗ № 1. Индентификация вида и типа предприятия розничной (оптовой) торговли в соответствии с признаками классификации.**

**ПЗ № 2. Расчёт эффективности использования площади торгового зала.**

**ИНСТРУКЦИИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ**

1. **Задания выполняйте и отсылайте мне на эл.почту** [galinochka1975ch@mail.ru](mailto:galinochka1975ch@mail.ru) .
2. **В теме укажите Фамилию и Имя, группу, тему урока.**
3. **Если у вас есть вопросы также высылайте мне на электронную почту.**
4. **Работу нужно сдать до 12.11.20**

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПЗ № 1.**

1. Списать таблицу № 1 и заполнить классификационные группы.
2. Списать шапку таблицы № 2 и заполнить по 4 типа предприятий торговли с каждой специализации торговой деятельности.

**Классификация предприятий торговли**

**Таблица № 1.**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Признак классификации предприятий торговли | Классификационные группы |
| По формам собственности | Частные; государственные; муниципальные; унитарные; кооперативные и другие |
| По видам торговли | Предприятия оптовой (мелкооптовой) торговли; предприятия розничной торговли |
| По специализации торговой деятельности | Универсальные; специализированные; неспециализированные: - с комбинированным ассортиментом; - со смешанным ассортиментом |
| По способу организации торговой деятельности | Сетевые (торговая сеть); автономные; фирменные и другие |
| По виду торгового объекта | Стационарные; нестационарные |
| По формам торгового обслуживания покупателей | С полным самообслуживанием; с частичным самообслуживанием;  с индивидуальным обслуживанием (в том числе через прилавок); с обслуживанием по предварительным заказам; с обслуживанием по образцам; с обслуживанием по каталогам и другие |
| По условиям реализации товаров (наличию или отсутствию торгового зала) | Магазины; объекты мелкорозничной (торговой) сети |
| По типам предприятий торговли | Гипермаркет; универмаг; магазин-склад; центр оптовой и мелкооптовой торговли; универсальный общетоварный продовольственный склад; универсальный общетоварный непродовольственный склад; универсам; супермаркет; гастроном; магазин "Товары повседневного спроса"; специализированный общетоварный продовольственный склад; специализированный общетоварный непродовольственный склад; магазин "Рыба", "Мясо", "Колбасы", "Минеральные воды", "Хлеб", "Овощи-фрукты" и т.п.; магазин "Электротовары", "Одежда", "Обувь", "Ткани", "Хозяйственные товары", "Мебель", "Книги", "Зоотовары", "Семена", "Природа", "Охотник", "Цветы", "Мир садовода", "Спорт и туризм" и т.п.; магазин Продукты"; павильон "Продукты"; минимаркет; торговый дом; товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для будущих мам, для полных, для новобрачных, для молодежи и т.п.; магазин "Промтовары"; магазин "Кэш энд Кэрри", "Дисконт", "Дискаунтер"; комиссионный магазин; магазин "Сэконд Хенд"; стоковый магазин; магазин "Бутик"; магазин-салон |

**Основные характеристики типов предприятий торговли**

**Таблица № 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |
| Предприятия торговли | | | Площадь торгового объекта, м, не менее | Ассортимент товаров | Формы торгового обслуживания покупателей | Отличительные особенности типа предприятия | | Пример | |
| Специализация торговой деятельности | Тип предприятия | Вид торговли |  |  |  |  | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Гипермаркет | Розничная торговля | 4000 | Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров преимущественно повседневного спроса, в том числе под собственными торговыми марками | Преимущественно самообслуживание | Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Наличие цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. До 40% площадей используют под размещение непродовольственных товаров. Возможна реализация товаров дистанционным способом\*. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Универмаг | Розничная торговля | 3500 - в городах, 650 - в сельской местности | Универсальный ассортимент непродо- вольственных товаров | Самообслуживание;  обслуживание по образцам, по каталогам, по предварительным заказам;  индивидуальное обслуживание через прилавок и др. | Реализация широкого ассортимента непродовольственных товаров, допускается отдел продовольственных товаров (до 20% всего ассортимента). Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Магазин-склад | Розничная, оптовая и мелкооптовая торговля | 650 | Универсальный ассортимент продовольственных и (или) непродовольственных товаров | Самообслуживание | Реализация товаров преимущественно из транспортной тары (ящики, контейнеры и др.). Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Центр оптовой и мелкооптовой торговли | Оптовая и мелкооптовая торговля | 5000 | Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров, в том числе под собственными торговыми марками | Самообслуживание;  обслуживание по образцам | Реализация товаров оптом и мелким оптом. Возможно наличие цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд). Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Универсальный общетоварный (продовольственный или непродовольственный) склад | Оптовая и мелкооптовая торговля | Не норми- руется | Универсальный ассортимент продовольственных и (или) непродовольственных товаров | Преимущественно самообслуживание | Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Универсам | Розничная торговля | 200 | Универсальный ассортимент продовольственных и ограниченный ассортимент непродовольственных товаров повседневного спроса, в том числе под собственными торговыми марками | Самообслуживание;  индивидуальное обслуживание через прилавок | Возможно наличие мини-цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Супермаркет | Розничная торговля | 600 | Универсальный ассортимент продовольственных и неширокий ассортимент непродо- вольственных товаров, в том числе под собственными торговыми марками | Самообслуживание; индивидуальное обслуживание через прилавок | Непродовольственные товары составляют не более 30% всего ассортимента. Наличие мини-цехов по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Универсальное предприятие торговли | Гастроном | Розничная торговля | 400 | Универсальный ассортимент продовольственных товаров и узкий ассортимент непродовольственных товаров | Преимущественно индивидуальное обслуживание через прилавок с частичным самообслуживанием | Гастрономические товары составляют не менее 40% всего ассортимента. Наличие отдела по реализации полуфабрикатов и кулинарных изделий | |  | |
| Специализированное предприятие торговли\* | Специализированный общетоварный (продовольственный или непродовольственный) склад | Оптовая и мелкооптовая торговля | Не норми- руется | Ассортимент продовольственных или непродовольственных товаров преимущественно одной группы | Преимущественно самообслуживание | Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Специализированное продовольственное предприятие торговли | Магазин "Рыба", "Мясо", "Колбасы", "Минеральные воды", "Хлеб", "Овощи-фрукты" и т.п. | Розничная торговля | 18 | Широкий ассортимент продовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией предприятия | Самообслуживание; индивидуальное обслуживание через прилавок | Возможна реализация товаров дистанционным способом | |  | |
| Специализированное непродовольственное предприятие торговли | Магазин "Электротовары", "Одежда", "Обувь", "Ткани", "Хозяйственные товары", "Мебель", "Книги", "Зоотовары", "Семена", "Природа", "Охотник", "Цветы", "Мир садовода", "Спорт и туризм" и т.п. | Розничная торговля | 18 | Широкий ассортимент непродовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией предприятия | Самообслуживание; обслуживание по образцам; индивидуальное обслуживание через прилавок | Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Неспециализированное предприятие торговли со смешанным ассортиментом товаров | Магазин товаров повседневного спроса | Розничная торговля | 60 | Ограниченный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров частого спроса | Преимущественно самообслуживание | Реализация социально значимых товаров потребительской корзины. Размещение, как правило, в радиусе шаговой доступности. Возможна реализация товаров дистанционным способом | |  | |
| Неспециализированное продовольственное предприятие торговли | Магазин (павильон) "Продукты" | Розничная торговля | 18 | Узкий ассортимент продовольственных товаров повседневного спроса, в т.ч. хлеб, кондитерские и гастрономические товары, безалкогольные напитки | Индивидуальное обслуживание через прилавок с частичным самообслуживанием | - | |  | |
| Неспециализированное предприятие торговли со смешанным ассортиментом товаров | Минимаркет | Розничная торговля | 40 (не более 50) | Узкий или ограниченный ассортимент продовольственных товаров, в т.ч. гастрономические, кондитерские, винно-водочные товары, безалкогольные напитки, а также сопутствующие непродовольственные товары повседневного спроса | Самообслуживание | - | |  | |
| Неспециализированное предприятие торговли с комбинированным ассортиментом товаров | Торговый Дом | Розничная и оптовая торговля | 1000 | Товарные комплексы предметов туалета и гардероба для мужчин, женщин и детей - одежда, обувь, ткани, галантерея, парфюмерия и др.;  электротовары, предметы мебели, хозтовары и т.п. | Преимущественно самообслуживание; обслуживание по образцам, по каталогам, по предварительным заказам; индивидуальное обслуживание через прилавок | Многопрофильное предприятие торговли. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Неспециализированное предприятие торговли с комбинированным ассортиментом товаров | Товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для будущих мам, для полных, для новобрачных, для молодежи и т.п. | Розничная торговля | 650 | Комбинированный ассортимент товаров для определенного контингента покупателей в соответствии со специализацией магазина | Самообслуживание, обслуживание по образцам, по каталогам, по предварительным заказам, индивидуальное обслуживание и др. | Возможна реализация товаров дистанционным способом.  Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли | Магазин "Промтовары" | Розничная торговля | 18 | Узкий ассортимент непродовольственных товаров, в т.ч. одежда, обувь, галантерейные, парфюмерно-косметические товары и пр. | Индивидуальное обслуживание через прилавок | - | |  | |
| Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли | Комиссионный магазин | Розничная торговля | 18 | Узкий ассортимент непродовольственных товаров, в том числе антикварных | Самообслуживание, индивидуальное обслуживание через прилавок | Реализация непродовольственных товаров, в том числе бывших в употреблении, которые принимаются у населения на основании договоров комиссии | |  | |
| Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли | Магазин "Секонд Хенд" | Розничная торговля | 18 | Узкий ассортимент непродовольственных товаров | Самообслуживание | Реализация непродовольственных товаров, бывших в употреблении | |  | |
| Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли | Стоковый магазин (магазин "Сток") | Розничная торговля | Не норми- руется | Ограниченный ассортимент непродовольственных товаров | Самообслуживание | Реализация непродовольственных товаров, морально устаревших | |  | |
| Неспециализированное предприятие торговли | Магазин "Дисконт", "Кэш энд Кэрри", "Дискаунтер" | Розничная и мелкооптовая торговля | Не норми- руется | Широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров | Самообслуживание | Реализация товаров с невысоким уровнем наценок | |  | |
| Неспециализированное предприятие торговли | Магазин "Бутик" | Розничная торговля | 18 | Ограниченный ассортимент модных товаров одной группы - непродовольственных: одежда, обувь и продовольственных товаров редкого спроса: коллекционные вина, фирменный шоколад, кондитерские изделия и др. | Индивидуальное обслуживание, самообслуживание | Реализация товаров с высоким уровнем наценок.  Постоянное обновление ассортимента товаров, в том числе по сезонам, коллекциям, брендам и пр.  Оказание дополнительных услуг торговли | |  | |
| Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли | Магазин-салон | Розничная торговля | 18 | Ограниченный ассортимент товаров одной группы, например автомобилей, цветов, обуви, одежды | Индивидуальное обслуживание | Реализация товаров с высоким уровнем наценок.  Постоянное обновление ассортимента товаров.  Оказание дополнительных услуг | |  | |

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПЗ № 2**

1. Ознакомиться с теоретическим материалом.
2. Записать в тетрадь как рассчитать коэффициент эффективности использования магазина, коэффициент установочной площади, коэффициент демонстрационной (экспозиционной) площади, коэффициент емкости технологического оборудования.
3. **Решить задачу.**

Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных:

* площадь торгового зала – 300 кв. м,
* площадь выкладки товаров – 250 кв. м,
* площадь, занятая под оборудованием, – 70 кв. м.

При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.

**Теоретический материал.**

В современных магазинах уделяется особое внимание отношению торговой площади к общей:

**К= Sт /S o. , где Sт - торговая площадь, So - общая площадь.**

Этот коэффициент показывает, какую часть общей площади магазина занимает торговая площадь. Чем больше значение этого коэффициента, тем эффективней используется площадь здания магазина. Для рациональной работы магазина доля торговой площади должна составлять не менее 50% общей площади магазина. В зарубежной практике торгового бизнеса наиболее приемлемым является соотношение торговой и неторговой площади 70:30, что обусловлено функциями розничного торгового звена – реализацией товара и обслуживания покупателей.

Торговый зал можно разделить на следующие зоны или площади: установочную, для движения покупателей, выкладки товаров, для работы продавцов, площадь зоны расчетного узла.

**Установочная площадь –** это площадь под установку оборудования и крупногабаритных товаров (пианино, холодильников, стиральных машин), размещаемых на полу. Ее определяют как сумму площадей оснований торгово-технологического оборудования, размещенного в торговом зале. Установочную площадь единицы торгово-технологического оборудования определяют умножением длины его основания на ширину. Например, если длина прилавка 0,9 м а ширина 0,6м, то установочная площадь одного прилавка составит 0,9 умножить на 0,6 = 0,54 м2.

**Степень эффективности использования площади торгового зала можно определить путем расчета коэффициента установочной площади по следующей формуле:**

**Ку= S т.об./ S т.з.,**

Где: Sт.об.- площадь, занятая оборудованием, м2

Sт.з. – общая площадь торгового зала, м2

**Оптимальное значение этого коэффициента 0,28 – 0,33.**

Однако эффективность использования площади торгового зала определяется не только степенью ее использования под установку оборудования. Важно еще и то, чтобы установочная площадь была эффективно использована под выкладку товаров. Площадь выкладки (демонстрационная или экспозиционная) исчисляется как сумма площадей всех элементов оборудования (полок, корзин, кассет, перфорированных щитов, панелей) , на которых могут быть выложены товары.

Для отдельных видов оборудования она рассчитывается:

* – для островных и пристенных универсальных горок демонстрационная (экспозиционная) площадь определяется путем суммирования площади всех полок оборудования;
* – для перфорированных щитов с кронштейнами – как произведение длины кронштейна на его условную ширину и на их общее количество;
* – для вешал – как произведение длины на условную высоту (для одноярусных вешал условная высота 1 метр, а для двух ярусных – 2 метра);
* – для подиумов, лотков, столов, прилавков – как произведение длины на ширину;
* – для контейнеров (имеющих полки) – путем умножения площади их основания на количество полок;
* – для тары-оборудования (при укладке навалом) – путем деления произведения длины, ширины и высоты на коэффициент 0,3.

Показателем, характеризующим степень использования площади торгового зала под выкладку является **коэффициент демонстрационной (экспозиционной) площади**. Он определяется как отношение площади выкладки товаров к площади торгового зала**: Кэ= S экс./ S т.з.,**

Где Кэ – коэффициент экспозиционной (демонстрационной) площади.

S экс.- экспозиционная площадь , м2 Sт.з. – площадь торгового зала, м2.

Оптимальным считается коэффициент 0,70- 0,85. Этот показатель не может беспредельно увеличиваться, так как от его завышения может пострадать рациональная организация технологических процессов, ухудшится обозримость товаров. Значение этого показателя зависит от типа используемого оборудования, его высоты, количества полок, кронштейнов и других элементов, используемых для демонстрации товаров.

При выборе оборудования применяется **коэффициент емкости технологического оборудования**. Он рассчитывается как соотношение демонстрационной (экспозиционной) и установочной площадей:

К ето= Sэксп./ Sуст.

Чем выше этот коэффициент, тем больше товаров может вместить соответствующее оборудование. Оптимальный коэффициент емкости оборудования в зависимости от его типа составляет 2,2 – 3.

Часть площади торгового зала отводится под зоны для проходов покупателей. Размеры этой зоны должны обеспечивать свободное движение покупателей с закупочными корзинами и тележками в торговом зале магазина самообслуживания, она должна составлять примерно 50-55% общей площади торгового зала.

Площадь, занимаемая узлами расчета, включает площадь установки кассовых кабин и столов упаковки, площадь, предназначенную для хранения закупочных корзин и тележек, площадь проходов. В магазинах самообслуживания площадь узлов расчетов должна составлять 8-10% площади торгового зала.

В магазинах, где торговля ведется через прилавок обслуживания, выделяется площадь для организации рабочих мест продавцов. Ее размер определяется умножением длины фронта прилавка на глубину рабочего места. При этом глубина рабочего места включает ширину прилавка, ширину прохода между прилавком и торговым оборудованием для выкладки товаров и глубины этого оборудования (ширина прилавка + проход + глубина технологического оборудования).

Важным показателем работы магазинов является объем розничного товарооборота на один квадратный метр торговой площади, который определяется путем деления среднегодового товарооборота на торговую площадь. Этот показатель характеризует эффективность использования площади.