

Н. Э. АБОИМОВА

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

УЧЕБНИК

Рекомендовано

*Федеральным государственным автономным учреждением
«Федеральный институт развития образования» (ФГАУ «ФИРО»)
в качестве учебника для использования в учебном процессе
образовательных учреждений, реализующих программы НПО*

*Регистрационный номер рецензии 215
от 17 мая 2013 г. ФГАУ «ФИРО»*



Москва
Издательский центр «Академия»
2013

Рецензент —
преподаватель Колледжа предпринимательства № 11 г. Москвы
Е. В. Агакишиева

Абоимова Н. Э.

А156 Организация и технология розничной торговли : учебник для учреждений нач. проф. образования / Н. Э. Абоимова. — М. : Издательский центр «Академия», 2013. — 256 с.

ISBN 978-5-4468-2122-8

Учебник соответствует ФГОС НПО по профессии 100701.01 «Продавец, контролер-кассир» и предназначен для освоения общепрофессиональной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли».

В учебнике рассмотрены услуги розничной торговли, их классификация и качество, виды розничной торговой сети и их характеристика, особенности технологических планировок магазинов. Раскрыты основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле, основы товароснабжения, особенности тарооборота. Приведены правила приемки, хранения, подготовки к продаже, размещения, выкладки, мерчандайзинга товаров, торгового обслуживания и требования к обслуживающему персоналу в соответствии с новыми государственными стандартами. Учтены изменения, произошедшие в законодательстве Российской Федерации в сфере торговли.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

УДК 339.37(075.32)

ББК 65.422я722

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

ISBN 978-5-4468-2122-8

© Абоимова Н. Э., 2013

© Образовательно-издательский центр «Академия», 2013

© Оформление. Издательский центр «Академия», 2013

Данный учебник является частью учебно-методического комплекта по профессии 100701.01 «Продавец, контролер-кассир».

Учебник предназначен для изучения общепрофессиональной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли».

Учебно-методические комплекты нового поколения включают в себя традиционные и инновационные учебные материалы, позволяющие обеспечить изучение общеобразовательных и общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Каждый комплект содержит учебники и учебные пособия, средства обучения и контроля, необходимые для освоения общих и профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований работодателя.

Учебные издания дополняются электронными образовательными ресурсами. Электронные ресурсы содержат теоретические и практические модули с интерактивными упражнениями и тренажерами, мультимедийные объекты, ссылки на дополнительные материалы и ресурсы в Интернете. В них включены терминологический словарь и электронный журнал, в котором фиксируются основные параметры учебного процесса: время работы, результат выполнения контрольных и практических заданий. Электронные ресурсы легко встраиваются в учебный процесс и могут быть адаптированы к различным учебным программам.

Электронный образовательный ресурс «Организация и технология розничной торговли» находится в стадии разработки.

Учебно-методический комплект разработан на основании Федерального государственного образовательного стандарта начального профессионального образования с учетом его профиля.

Дисциплина «Организация и технология розничной торговли» изучает функции розничной торговли. Торговля является важнейшей отраслью экономики, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения страны, так и на развитие производства потребительских товаров. Значительные перемены в экономической и политической жизни Российской Федерации, произошедшие в течение последних лет, повлекли за собой существенные изменения в характере и условиях функционирования всех отраслей экономики, в том числе и в торговле.

Эти изменения связаны прежде всего с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием розничных торговых сетей, возникновением острой конкуренции между крупными отечественными и глобальными международными розничными сетями.

Розничная торговля обеспечивает потребителям возможность быстро, с минимальной затратой сил и времени, недалеко от места работы и жилья, в требуемом количестве приобретать нужные товары и услуги в условиях свободного выбора из широкого и глубокого ассортимента. В настоящее время повышается культура обслуживания населения, создаются максимальные удобства для покупателей и сокращается время на приобретение товаров.

Современный рынок товаров отличается относительно большой насыщенностью, товарного дефицита фактически нет. Бюрократическая система распределения товаров полностью заменена отношениями свободной купли-продажи.

Динамизм объемов и структуры реализации товаров и услуг постепенно приобретает все более устойчивый характер. Постоянно вводятся передовые технологии, совершенствуются техника и оборудование, методы управления, обеспечивающие повышение эффективности работы торговых предприятий и культуры торговли. Все это предъявляет новые требования к подготовке специалистов, профессиональная деятельность которых осуществляется в сфере товарного обращения.

Розничная торговля представлена большим количеством торговых предприятий, которые можно классифицировать по таким критериям, как товарная специализация, формы обслуживания, виды и особенности устройства и функций, уровень цен, состав контингента обслуживаемых покупателей, характер местонахождения и др.

Общими принципами развития розничной торговли сегодня являются:

- универсализация продовольственной торговли (за исключением товаров редкого и эпизодического спроса);
- развитие специализированных и узкоспециализированных непродовольственных магазинов в центрах жилой застройки;
- формирование новых торговых сетей, крупных универсальных розничных предприятий, торговых центров и торговых комплексов;
- организация в центральных торговых зонах жилых массивов предприятий с высоким уровнем торгового обслуживания;
- формирование системы торговых предприятий, расположенных в радиусе пешеходной доступности и торгующих ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров первой необходимости;
- выделение специальных зон для уличных ярмарок и базаров;
- формирование автономных зон торгового обслуживания вдоль автомагистралей;
- развитие дистанционной торговли через коммуникационные сети;
- восстановление розничной торговли через автоматы.

Малые предприятия розничной торговли начинают играть все более весомую роль в развитии национальной экономики, становятся важным фактором социальной и политической стабильности в обществе. Развитие малого и среднего предпринимательства влияет на экономический рост, насыщение рынка необходимыми товарами, создание новых дополнительных рабочих мест, т.е. решает многие экономические и социальные проблемы.

Тенденции последних лет заключаются во все большем сближении оптовой и розничной торговли. Многие предприятия розничной торговли начинают выполнять функции оптовой торговли, осуществляя, например, отгрузку со своих складов оптовых партий товара. Оптовики же занимаются розничной торговлей.

Розничная торговля выполняет следующие функции:

- осуществляет продажу товаров и услуг населению;
- исследует конъюнктуру, сложившуюся на товарном рынке;

- определяет спрос и предложение на конкретные виды товаров;
- осуществляет поиск товаров, необходимых для розничной торговли;
- составляет заказы на товары и заключает договоры о поставках;
- проводит отбор товаров, их сортировку при составлении требуемого ассортимента;
- осуществляет оплату товаров, принятых от поставщика;
- проводит операции по приемке, хранению, маркировке товаров, устанавливает на них цены;
- оказывает транспортно-экспедиционные, консультационные, рекламные, информационные и другие услуги.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВАЯ СЕТЬ

Розничная торговая сеть — это совокупность различных торговых предприятий и пунктов продажи товаров: магазинов, палаток, павильонов, ларьков, киосков, которые отличаются по устройству, ассортименту товаров, формам организации обслуживания покупателей. Развитие розничной торговой сети сопровождается качественным улучшением ее состава: происходит укрупнение размеров магазинов, совершенствуется их техническое оснащение, повышается культура торговли. Деятельность продавцов по удовлетворению потребностей покупателей в приобретении товаров представляет собой услуги торговли.

1.1. УСЛУГИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ И КАЧЕСТВО

Виды услуг торговли, общие требования к качеству и безопасности таких услуг установлены национальным стандартом Российской Федерации — *ГОСТ Р 51304—2009 «Услуги торговли. Общие требования»* (дата введения в действие — 01.01.2011 г.).

В настоящем стандарте даны определения следующих терминов:

- **услуга торговли** — результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров;
- **услуга розничной торговли** — результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи;

- **услуга оптовой торговли** — результат непосредственного взаимодействия продавца и оптового покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при приобретении товаров для последующей их перепродажи или профессионального использования;
- **безопасность услуги торговли** — комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество потребителя;
- **предприятие торговли** — объект хозяйственной деятельности, осуществляющий с применением процессов, оборудования и технологий продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям для их личного, семейного, домашнего использования (предприятие розничной торговли) либо для последующей перепродажи товаров или профессионального использования (предприятие оптовой торговли).

Процесс оказания услуг торговли по ГОСТ Р 51304 — 2009 «Услуги торговли. Общие требования» состоит из следующих основных этапов:

- выявление спроса и формирование ассортимента товаров;
- приемка товаров;
- обеспечение хранения товаров;
- предпродажная подготовка товаров;
- выкладка товаров;
- предложение товаров покупателю (показ, демонстрация, примерка, взвешивание);
- организация расчета с покупателем;
- отпуск товара покупателю.

Услуги торговли классифицируют на две основные группы:

- услуги оптовой торговли;
- услуги розничной торговли.

Услуги оптовой торговли включают в себя:

- 1) складские операции;
- 2) реализацию товаров;
- 3) оказание помощи оптовым покупателям в приобретении (покупке) товаров;
- 4) информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- 5) дополнительные услуги.

Услуги розничной торговли включают в себя:

- 1) реализацию товаров (осуществляется на предприятиях торговли и вне предприятий торговли);

2) оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании;

3) информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;

4) дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

Рассмотрим подробнее все составляющие услуг розничной торговли.

Реализация товаров на предприятиях розничной торговли предусматривает следующие основные операции:

- ознакомление покупателей с товарами;
- показ (демонстрацию) товаров или образцов товаров покупателям;
- консультации, представляемые покупателям;
- выбор товаров покупателями;
- организацию расчета за товары;
- упаковку купленных товаров;
- выдачу купленных товаров;
- доставку купленных товаров по заказу покупателей.

Реализацию товаров осуществляют на предприятиях торговли различных видов и типов с учетом их специфики и ассортимента товаров.

Расчет с покупателями за купленные товары может осуществляться за наличные *денежные средства*, *безналичным способом*, в том числе с применением кредитных карт. При расчете продажной цены за купленные товары учитывают наличие у покупателей дисконтных карт и подарочных сертификатов.

Реализация товаров вне предприятий торговли включает:

- реализацию товаров торговыми агентами;
- реализацию товаров дистанционным способом (интернет-торговля, электронный магазин, теле- и радиореклама, телемагазин, почтовая связь);
- другие формы интерактивной продажи;
- реализацию товаров через торговые автоматы;
- развозную торговлю;
- разносную торговлю.

Оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании предусматривает:

- прием и исполнение предварительных заказов на товары, имеющиеся в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);

- прием и исполнение предварительных заказов на товары, временно отсутствующие в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);
- комплектование заказов на товары и их упаковку;
- предоставление кабин для примерки товаров;
- упаковку купленных товаров;
- организацию доставки товаров покупателям на дом или к месту заказа;
- демонстрацию в действии принципиально новых товаров;
- демонстрацию моделей одежды;
- подгонку по фигуре покупателя и мелкую переделку купленной одежды, раскрой купленных тканей, подшив штор;
- организацию послепродажного обслуживания купленных товаров, в том числе организацию работ по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров на дому или в офисе у покупателя, услуги по сборке и установке мебели и других товаров;
- предоставление кабины или салона с оборудованием для прослушивания аудиокассет, просмотра продаваемых видеокассет, компьютерных дисков, CD-дисков и пр.;
- растяжку купленных обуви и головных уборов;
- подгонку браслетов к часам.

Информационно-консультационные (консалтинговые) услуги делятся на такие виды, как:

- предоставление информации о товарах и их изготовителях, об оказываемых услугах, в том числе при помощи аудио- и видеосредств;
- консультации специалистов по реализации товаров отдельных видов, в том числе по их назначению и применению;
- консультации дизайнеров по интерьеру, косметологов, диетологов и пр.;
- услуги по рекламированию товаров, включая проведение рекламных презентаций товаров (показ товаров, дегустация продуктов питания);
- обучение покупателей правилам пользования технически сложными товарами на дому или в офисе;
- проведение выставок и ярмарок по продвижению и реализации товаров отдельных видов.

Дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров предусматривают:

- организацию мест (зон) отдыха покупателей;
- организацию комнаты матери и ребенка;
- организацию досуга детей, в том числе детских игровых комнат;
- организацию справочных бюро (на крупных предприятиях торговли);
- организацию питания покупателей;
- реализацию продуктов питания с организацией потребления на месте;
- гарантированное хранение купленных товаров;
- гарантированное хранение вещей покупателей (услуги гардероба);
- предоставление организованной стоянки (парковки) для автомобилей покупателей и других услуг;
- организацию стоянок такси на территории крупных торговых объектов;
- оказание бытовых услуг и др.

Услуги торговли по ГОСТ Р 51304—2009 «Услуги торговли. Общие требования» должны отвечать требованиям:

- социального назначения;
- функциональной пригодности;
- информативности;
- эргономичности;
- безопасности;
- эстетичности;
- культуры обслуживания.

Требования социального назначения услуг торговли предусматривают:

- обеспеченность услугами торговли и их доступность для потребителей различных категорий;
- соответствие услуг торговли ожиданиям потребителей, включая ассортимент предлагаемой продукции, метод и форму обслуживания, профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру оказываемых услуг;
- наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для потребителей приоритетных категорий (дети, инвалиды, люди с ограниченными физическими возможностями и др.).

Требования функциональной пригодности услуг торговли предусматривают:

- точность и своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы предприятия торговли, со-

блюденіе ассортимента перечня товаров, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа требованиям, установленным на предприятии, точность выписки счета и оформления кассового чека и др.;

- наличие товаров надлежащего качества;
- обеспечение условий для выбора потребителем товаров и услуг различных видов;
- соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификацию персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной этики поведения.

Требования информативности предусматривают наличие необходимой достоверной информации об услугах и товарах, о номенклатуре услуг и ассортименте товаров, исполнителях услуг, правилах и условиях оказания услуг, в том числе о правилах продажи товаров и правах покупателей.

Требования к содержанию информации для потребителей определяются законодательством и правилами продажи товаров отдельных видов.

Требования эргономичности услуг торговли предусматривают:

- комфорт и удобство покупателей при приобретении товаров, включая удобное размещение товаров (выкладку) в торговых залах, входов, выходов, секций, оборудования, мебели, наличие лифтов, эскалаторов и тервалаторов и др.;
- гигиенические требования к уровню освещенности, вентилируемости, запыленности, шума, температуры в торговом зале; к персоналу; к содержанию помещений, рабочих мест, оборудования и т. п.;
- доступность информации для восприятия покупателей.

Требования безопасности услуг розничной торговли включают:

- безопасность предприятий (зданий, помещений, оборудования, инвентаря);
- безопасные условия для жизни и здоровья покупателей;
- сохранность их имущества, соблюдение правил безопасности продажи товаров, установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными документами федеральных органов исполнительной власти;
- безопасность товаров при оказании услуг торговли, а именно: при приемке товаров, их хранении, подготовке к продаже, выкладке и отпуске покупателям, а также в процессе реализации;
- безопасность упаковки, ее совместимость с упаковываемыми товарами;

- безопасность торгово-технологического оборудования;
- безопасность окружающей среды для потребителей и персонала.

На предприятии торговли должен быть размещен на видном месте план эвакуации покупателей в чрезвычайных ситуациях и предусмотрен вызов экстренных служб (полиции, скорой помощи, пожарной службы).

При оказании услуг торговли должны обеспечиваться требования охраны окружающей среды применительно к территории, техническому состоянию и содержанию помещений, системам вентиляции, водоснабжению, канализации в торговых объектах согласно положениям национальных стандартов безопасности труда. При оказании услуг торговли запрещено негативное воздействие на окружающую среду.

Требования эстетичности услуг торговли предусматривают стилевое единство, целостность композиции, художественную выразительность, гармоничность дизайна, в том числе:

- для архитектурно-планировочных решений помещений и интерьера предприятия торговли;
- оформления фасада здания, вывески предприятия торговли;
- рекламных материалов, фирменных знаков и указателей, оформления витрин, выкладки товаров;
- рабочих мест и внешнего вида персонала.

Требования культуры обслуживания предусматривают профессионализм и этику поведения обслуживающего персонала и включают такие характеристики, как:

- вежливость;
- компетентность;
- доступность персонала для покупателей.

Для оценки и контроля качества услуг торговли в соответствии с *ГОСТ Р 52113—2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества»* (дата введения в действие — 07.01.2004 г.) применяют следующие методы:

- инструментальный — анализ результатов соответствующих измерений;
- органолептический — анализ реакции органов чувств контролера. Результат оценки может носить качественный (альтернативная, градационная оценка) или количественный характер;
- модельно-расчетный — определение зависимости оцениваемого показателя качества от показателей, полученных другими методами (детерминированный) или моделированием случайного процесса формирования показателей качества (стохастический);

- экспертный — оценивание исполнителей услуг торговли на основе опроса и анализа суждений (качественных и количественных оценок) экспертов, в частности условий оказания услуг торговли — микроклимата, уровня шума, освещенности, вентилируемости, запыленности, температуры и т. п.;
- социологический — проведение социологических исследований (анкетирование, опрос, записи в книге отзывов и предложений, интернет-отзывы) и анализ полученных данных.

По ГОСТ Р 51304—2009 «Услуги торговли. Общие требования» среди показателей оценки качества услуг торговли выделяются:

- экономические, характеризующие стоимость услуги, затраты на ее разработку и предоставление;
- санитарно-гигиенические;
- эргономические условия обслуживания потребителей;
- среднее время ожидания и обслуживания клиента, среднее число обслуженных потребителей в единицу времени, а также наличие в правилах обслуживания определенных приоритетных категорий потребителей (дети, инвалиды, престарелые и др.);
- показатели безопасности, характеризующие безопасность результата и процесса предоставления услуг для жизни, здоровья, имущества граждан и окружающей среды:
 - электробезопасность;
 - пожарная безопасность;
 - взрывобезопасность;
 - радиационная безопасность;
 - безопасность от воздействия химических и загрязняющих веществ;
 - безопасность при обслуживании машин и оборудования, в том числе при самопроизвольном нарушении их функционирования и ошибочных действиях обслуживающего персонала;
 - безопасность за счет защитных средств и специальных мероприятий;
 - безопасность от воздействия акустических (шумы, ультразвуковые сигналы), тепловых (инфракрасных), световых (в том числе лазерных) излучений;
 - безопасность от воздействия технологических сред и других факторов в процессе предоставления услуги;
 - специфические виды безопасности для отдельных услуг;
- показатели безопасности для окружающей среды (экологической безопасности), отражающие степень защиты окружаю-

- щей природной среды от вредного (опасного) воздействия процесса или результата предоставления услуги;
- показатели сохранности имущества граждан и сохранности (конфиденциальности) информации, отражающие степень соответствующей защиты в процессе оказания услуги;
 - показатели надежности, характеризующие:
 - надежность предоставления услуги;
 - надежность результата услуги;
 - стойкость результата услуги к внешним воздействиям;
 - помехозащищенность;
 - безотказность;
 - долговечность;
 - показатели профессионального уровня персонала, включающие:
 - уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе теоретические знания и умение применять их на практике (компетенции);
 - знание и соблюдение профессиональной этики поведения;
 - уровень (рейтинг) оконченного учебного заведения, общая и профилирующая подготовка персонала (отсутствие специальной подготовки, подготовка в объеме: профессионального училища, колледжа, техникума, вуза, послевузовского и дополнительного образования);
 - общие навыки (категория, класс, стаж работы) и навыки выполнения сложных работ, в том числе по результатам участия в конкурсах профессионального мастерства;
 - знание и соблюдение требований руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности (в частности, по соблюдению требований: санитарии, личной гигиены и гигиены рабочего места; пожарной и других видов безопасности, правил охраны труда, нормативных документов на услуги);
 - знание и соблюдение трудового законодательства, отраслевых руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности;
 - показатели соблюдения профессиональной этики поведения включающие:
 - индивидуальные свойства, в число которых входят доброжелательность, вежливость, контактность, коммуникабельность и т. п., а также внешние данные;
 - внимательность и предупредительность в отношениях с потребителями в пределах своих должностных обязанностей;

умение создать атмосферу гостеприимства, умение проявлять терпение, выдержку и способность избегать конфликтных ситуаций.

Общие требования к предприятиям торговли различных видов и типов установлены *ГОСТ Р 51773—2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли»* (дата введения в действие — 01.01.2011 г.):

1. На предприятиях торговли всех видов и типов должны обеспечивать безопасность жизни и здоровья покупателей и соблюдение действующих правил торговли.

2. На предприятиях торговли должны выполняться требования нормативных правовых актов РФ и нормативных документов федеральных органов исполнительной власти.

3. Предприятия торговли могут быть расположены в отдельно стоящих зданиях, на первых этажах встроенно-пристроенных зданий, жилых домов или нежилых зданий, в структуре (составе) торговых центров и торговых комплексов, на территории промышленных и иных объектов.

4. Предприятия торговли должны быть оснащены удобными подъездными путями и пешеходными доступами к входу, иметь необходимые справочно-информационные указатели. Территория, прилегающая к предприятию, должна быть благоустроена и освещена в темное время суток.

Все предприятия торговли должны иметь погрузочно-разгрузочные площадки или пандусы для разгрузки автотранспорта.

5. Архитектурно-планировочные решения и конструктивные элементы зданий и строений предприятий торговли и используемое техническое оборудование должны соответствовать строительным нормам и правилам.

6. При проектировании, выборе места расположения, строительстве и эксплуатации торгового объекта, включая объекты мелкокоррозичной торговой сети, должны соблюдаться все установленные требования: к системам инженерно-технического обеспечения (водоснабжение, канализация, отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, газоснабжение, электроснабжение, связь, информатизация, диспетчеризация, мусороудаление, вертикальный транспорт — лифты, эскалаторы, к пожарной и охранной сигнализациям).

7. На предприятиях торговли необходимо предусмотреть аварийные выходы, лестницы, инструкции о действиях в аварийной ситуации, системы оповещения и средства защиты от пожара,

а также хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориентацию покупателей как в обычных, так и в чрезвычайных ситуациях.

8. Стационарные предприятия торговли должны быть оснащены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими требуемый уровень комфорта, в том числе искусственным, естественным, аварийным освещением, горячим и холодным водоснабжением, канализацией, отоплением, вентиляцией, телефонной связью, пожарной сигнализацией и автоматической системой пожаротушения, охранной сигнализацией и системой видеонаблюдения. Необходимо, чтобы температура, влажность и освещенность помещений соответствовали нормам, обеспечивающим сохранение здоровья и работоспособности персонала на каждом рабочем месте.

9. При размещении предприятий торговли в жилых зданиях в их помещениях должны соблюдаться требования строительных правил по уровню шума, вибрации и звукоизоляции. Предприятия торговли, занимающие часть жилого здания, следует оборудовать отдельным входом (выходом).

10. Предприятия торговли, реализующие продовольственные товары и продукцию общественного питания, должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим правилам к предприятиям продовольственной торговли, в том числе иметь регулируемые режимы температуры и влажности в помещениях для хранения и реализации товаров.

11. В цехах по производству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд), функционирующих в составе предприятий торговли, необходимо соблюдать действующие санитарно-эпидемиологические правила.

12. Торговое и холодильное оборудование должно отвечать общим требованиям безопасности и использоваться в соответствии с требованиями техники безопасности и эксплуатационной документации изготовителей.

13. Предприятие торговли должно быть укомплектовано персоналом с соответствующими профессиональными навыками, знаниями и умениями, прошедшим подготовку по охране труда и требованиям безопасности. Персоналу предприятий торговли, реализующих продовольственные товары и продукцию общественного питания, в обязательном порядке нужно проходить медицинские осмотры, гигиеническую подготовку и соблюдать правила личной гигиены. Персонал всех предприятий торговли

должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах.

14. На строящихся и реконструируемых предприятиях торговли следует предусмотреть устройства и информационные указатели, обеспечивающие перемещение по лестницам, лифтам или пандусам и пользование торговыми залами и помещениями для оказания услуг торговли инвалидам и другим группам населения с ограниченными возможностями передвижения. При расположении торговых залов на трех или более этажах нужно предусмотреть вертикальный транспорт: пассажирские лифты, эскалаторы, тервалаторы.

15. Предприятиям торговли следует доводить до сведения покупателей в наглядной и доступной форме необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах и продаваемых товарах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Требования к содержанию информации для потребителей определяются действующим законодательством и правилами продажи отдельных видов товаров.

16. Предприятие торговли должно иметь вывеску с указанием фирменного наименования организации, режима работы, местонахождения, юридического адреса.

17. Минимальные площади отдельных помещений для оказания услуг торговли покупателям, кроме услуги по реализации товаров, администрация предприятий торговли устанавливает самостоятельно. Ширина проходов между оборудованием в торговом зале должна обеспечивать покупателям удобство выбора и приобретения товаров, а ширина основных эвакуационных проходов в торговом зале — безопасность пребывания покупателей на предприятии торговли.

18. Организация технологических процессов и рабочих мест персонала должна соответствовать правилам охраны труда на предприятиях торговли.

19. На предприятиях торговой площадью 2 500 кв. м и более необходимо оборудовать общественные туалетные комнаты для покупателей с наличием специальных туалетов для инвалидов и других групп населения с ограниченными возможностями передвижения.

20. На предприятиях торговли следует обеспечить стилевое единство интерьера зала, мебели и униформы персонала.

21. На специализированных предприятиях торговли больше половины торговой площади должно быть отведено для торговли товарами, соответствующими специализации торговли.

22. Перечень дополнительных услуг, оказываемых покупателям на предприятиях торговли различных видов и типов, администрация устанавливает самостоятельно в соответствии с ГОСТ Р 51304 — 2009.

23. Требования к оформлению вывески, витрин, рекламных материалов, выставочного оборудования и внешнего вида персонала предприятий торговли различных видов и типов администрация устанавливает самостоятельно с учетом положений действующих документов федеральных органов исполнительной власти и нормативных документов.

Факторы, влияющие на отношение покупателей к магазину:

- легкая парковка;
- внешняя и внутренняя реклама;
- количество касс;
- стимулирование сбыта, оживленная атмосфера;
- режим работы;
- возможность использования упаковки;
- помощь в упаковке и транспортировке;
- ширина и длина товарных линий;
- расположение товаров в линиях;
- выкладка каждого товара;
- цены товаров;
- ассортимент, представленный в торговом зале в начале зоны отборки товара;
- качество товаров;
- доступность магазина;
- расположение;
- торговая площадь;
- имидж фирмы;
- торговое оборудование;
- расположение торгового оборудования;
- персонал торгового предприятия;
- архитектура здания магазина.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Дайте определения понятий «услуги розничной торговли» и «услуги оптовой торговли».
2. В каком документе регламентированы основные этапы оказания услуг торговли?
3. Из каких основных этапов состоит процесс оказания услуг торговли?

4. Что включают в себя услуги оптовой торговли?
5. Что включают в себя услуги розничной торговли?
6. Какие операции включают услуги розничной торговли по реализации товаров вне предприятий торговли?
7. Что относят к услугам по оказанию помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании?
8. Какие услуги относят к информационно-консультационным [консалтинговым]?
9. Какие дополнительные услуги могут организовывать предприятия торговли?
10. Каковы общие требования к услугам?
11. Что предусматривают требования социального назначения, функциональной пригодности, информативности, эргономичности, безопасности, эстетичности, культуры обслуживания?
12. Что относится к показателям безопасности услуг торговли?
13. Что представляют собой следующие методы контроля и оценки качества услуг торговли: инструментальный, органолептический, модельно-расчетный, экспертный, социологический?
14. Какие существуют показатели оценки качества услуг торговли?

1.2. ВИДЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Предоставление услуг розничной торговли предполагает наличие специально устроенных и оборудованных помещений, приспособленных для наилучшего обслуживания покупателей, подбора и формирования торгового ассортимента и возможности его оперативного изменения в соответствии со спросом населения; постоянного изучения и учета потребительских запросов покупателей; умения предложить и продать товар каждому конкретному человеку.

Розничная торговая сеть — это совокупность предприятий розничной торговли и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей.

К предприятиям розничной торговли относят магазины и объекты мелкорозничной (торговой) сети.

Классификация предприятий торговли. ГОСТ Р 51773—2009. «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» устанавливает классификацию предприятий торговли различных видов и типов (табл. 1).

Таблица 1. Классификация предприятий торговли

Признак классификации	Классификационные группы предприятий торговли
По формам собственности	Частные, государственные, муниципальные, унитарные, кооперативные и др.
По видам торговли	Предприятия оптовой (мелкооптовой) торговли; предприятия розничной торговли
По специализации торговой деятельности	Универсальные; специализированные; неспециализированные; с комбинированным ассортиментом; со смешанным ассортиментом и др.
По способу организации торговой деятельности	Сетевые (торговая сеть); автопомпы; фирменные и др.
По стационарности торгового объекта	Стационарные, нестационарные
По формам торгового обслуживания покупателей	С полным самообслуживанием; частичным самообслуживанием; индивидуальным обслуживанием (в том числе через прилавки); обслуживанием по предварительным заказам; обслуживанием по образцам; обслуживанием по каталогам и др.
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;

Признак классификации	Классификационные группы предприятий торговли
По типам предприятий торговли	универсам; супермаркет; гастроном; магазин товаров повседневного спроса; специализированный общетоварный продовольственный склад; специализированный общетоварный непродовольственный склад; магазин «Рыба» («Мясо», «Колбасы», «Хлеб», «Минеральные воды», «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 (павильон) «Продукты»; мини-маркет; 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»; комиссионный магазин; магазин «Сэконд Хенд»; стоковый магазин (магазин «Сток»); магазин «Дисконт» («Дискаунтер», «Кэш энд Кэрри»); магазин «Бутик»; магазин-салон

Организационно-правовые формы торговых предприятий

Торговую деятельность могут осуществлять как предприятия (юридические лица), так и индивидуальные предприниматели (физические лица).

Торговые предприятия создаются на территории Российской Федерации в соответствии с федеральными законами от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» (об АО), «Об обществах с ограниченной ответственностью» (об ООО) от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ, а также Законом РФ от 19 июня 1992 г.

№ 308-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».

В обществе с ограниченной ответственностью (ООО) допускается от 1 до 50 участников, уставный капитал разделен на доли. Участники не отвечают по его долгам принадлежащим им имуществом (за исключением одного случая, предусмотренного законом). Их риск ограничивается размерами (стоимостью) вкладов, внесенных в уставный капитал общества. При выходе из ООО его участники имеют право на получение действительной стоимости своей доли (части активов ООО за вычетом обязательств ООО пропорционально доле участника в уставном капитале) либо ООО может выдать им в натуре имущество такой же стоимости.

Число акционеров **открытого акционерного общества (ОАО)** не ограничено. Уставный капитал общества разделен на акции по количеству участников. Акционеры не отвечают по обязательствам общества принадлежащим им имуществом, а несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций (за исключением случаев, предусмотренных законом). При выходе из ОАО его участники имеют право на получение доли по акциям и дивидендов, без права требования имущества общества.

В закрытом акционерном обществе (ЗАО) допускается от 1 до 50 акционеров. Акции распределяются только среди учредителей или заранее определенного круга лиц. Как и в ОАО, акционеры ЗАО не отвечают по обязательствам общества принадлежащим им имуществом, а несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций (за исключением случаев, предусмотренных законом). При выходе участники общества имеют право на получение доли по акциям и дивидендов, без права требования имущества общества.

Потребительские кооперативы могут осуществлять предпринимательскую деятельность по созданию и развитию организаций торговли для обеспечения покупателей и членов потребительских обществ товарами, оказания производственных и бытовых услуг, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции.

Физическое лицо может осуществлять предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, зарегистрировавшись в качестве предпринимателя без образования юридического лица (ПБОЮЛ). В этом случае индивидуальный предприниматель несет ответственность по своим обязательствам принадлежащим ему личным имуществом, за исключением имущества, на которое в соответствии с действующим законодательством не

может быть обращено взыскание. Подтверждением государственной регистрации юридических лиц является *свидетельство о государственной регистрации* юридического лица.

Малые предприятия (субъекты малого предпринимательства) в розничной торговле — коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25 %, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 % и в которых средняя численность работников не превышает 30 человек.

Малыми предприятиями являются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Малым предприятиям предоставляются льготы и преимущества, предусмотренные нормативными правовыми актами Российской Федерации и города Москвы.

Классификация предприятий розничной торговой сети по товарно-ассортиментному признаку

Согласно ГОСТ Р 51773—2009 по специализации торговой деятельности выделяется несколько видов предприятий.

Универсальное предприятие торговли — предприятие, реализующее универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров.

Специализированное предприятие торговли — предприятие, реализующее одну группу товаров или ее часть.

Неспециализированное предприятие торговли — предприятие торговли с комбинированным или смешанным ассортиментом товаров.

Предприятие торговли с комбинированным ассортиментом товаров — предприятие, реализующее несколько групп товаров, связанных общим покупательским спросом и удовлетворяющих отдельные потребности.

Предприятие торговли со смешанным ассортиментом товаров — предприятие, реализующее продовольственные и непродовольственные товары отдельных видов.

Мелкооптовое предприятие торговли реализует товары, минимальная партия которых не может быть меньше, чем количество единиц в одной упаковке изготовителя для розничной торговли.

Предприятие развозной и разносной торговли осуществляет торговлю вне стационарного торгового объекта, с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств.

Классификация предприятий розничной торговой сети по стационарности

По стационарности предприятия розничной торговой сети в соответствии с ГОСТ Р 51773—2009 подразделяются на стационарные и нестационарные.

Стационарный торговый объект — торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанную фундаментом такого здания (строения) с землей и присоединенную к сетям инженерно-технического обеспечения.

Нестационарный торговый объект — торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанную прочно с земельным участком, вне зависимости от присоединения или неприсоединения к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное (мобильное) сооружение.

К нестационарным торговым объектам относят павильоны, киоски, палатки, торговые автоматы и иные временные торговые объекты. Павильоны и киоски — это сооружения легкой конструкции, относящиеся к мелкорозничной торговой сети. В отличие от магазинов в павильонах и киосках предлагается более узкий ассортимент товаров и предусматривается меньше удобств при обслуживании покупателей.

Павильон — оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товаров. Может быть рассчитан на одно или несколько рабочих мест.

Киоск — оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров. Рассчитан на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится рабочий запас товаров.

Палатка — легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров. Товарный запас, рассчитанный на один день торговли, размещается на площади одного или нескольких рабочих мест продавца.

Автоматин, автолавка, автофургон — передвижные торговые объекты, осуществляющие развозную торговлю, представляющие собой автотранспортные средства (автомобили, автоприцепы, полуприцепы), рассчитанные на одно рабочее место продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день.

Автоцистерна — передвижной торговый объект, осуществляющий развозную торговлю, представляющий собой изотермическую емкость, установленную на базе автотранспортного средства и предназначенную для продажи живой рыбы и жидких продовольственных товаров в розлив (квас, пиво, вино и пр.).

Лоток — передвижной торговый объект, осуществляющий разносную торговлю, не имеющий торгового зала и помещений для хранения товаров, представляющий собой легко возводимую сборно-разборную конструкцию, оснащенную прилавком, рассчитанную на одно рабочее место продавца, на площади которой размещен товарный запас на один день.

Тележка — передвижной торговый объект, осуществляющий разносную торговлю, оснащенный колесным механизмом для перемещения товаров и используемый для продажи штучных товаров.

Торговый автомат — стационарный некапитальный торговый объект, представляющий собой автоматическое устройство, предназначенное для продажи штучных товаров без участия продавца.

Классификация предприятий розничной торговой сети по формам торгового обслуживания покупателей

Торговое обслуживание — *деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения им товара или услуги.*

Формы торгового обслуживания покупателей — *это организационные приемы, представляющие собой сочетание методов продажи и способы обслуживания покупателей.*

К способам обслуживания покупателей и методам продажи относятся:

- самообслуживание;
- обслуживание через прилавок;

- по образцам;
- с открытой выкладкой;
- по предварительным заказам.

Самообслуживание — один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Он позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров. Этот метод предусматривает свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределить функции между работниками магазина. Оплата за отобранные товары осуществляется в узлах расчета, обслуживаемых контролерами-кассирами.

Этот метод применяется при продаже большинства продовольственных и непродовольственных товаров. В магазинах самообслуживания функции работников торгового зала сводятся в основном к консультированию покупателей, выкладке товаров, контролю за их сохранностью, выполнению расчетных операций.

Процесс оказания услуги — продажи товаров здесь состоит из следующих основных операций:

- встреча покупателя;
- получение покупателем инвентарной корзины или тележки для отбора товаров;
- предоставление ему требуемой информации о реализуемых товарах;
- при необходимости — консультация о свойствах товаров, правилах их эксплуатации;
- самостоятельный отбор товаров покупателем и доставка их в узел расчета;
- подсчет стоимости и оплата отобранных товаров;
- упаковка приобретенных товаров;
- возврат инвентарной корзины или тележки для отбора товаров на место их концентрации. В узле расчета покупателю вручают кассовые чеки, служащие подтверждением правильности расчетов и в случае необходимости основанием для обмена товаров. При продаже товаров с гарантийным сроком службы кроме перечисленных операций продавец обязан сделать отметку в паспорте на изделие.

Торговый персонал должен обеспечивать строгое соблюдение установленных правил торговли. Так, не разрешается требовать от покупателей, входящих в торговый зал магазина самообслуживания, предъявления приобретенных ими в других магазинах това-

ров, ставить на них штампы или какие-либо отметки, а также обязывать оставлять личные вещи в камерах хранения. При желании покупатель может оставить у входа в торговый зал хозяйственную сумку, портфель и так далее, и магазин обязан обеспечить их сохранность.

Для того чтобы ускорить расчетные операции с покупателями, рекомендуется оборудовать единый узел расчета. Напряженность работы контролеров-кассиров в часы пик следует регулировать. Для расчетов с покупателями, совершившими покупки 1—2 предметов, выделяют экспресс-кассы. Кроме того, ускорению расчетных операций с покупателями способствует применение быстродействующих и автоматизированных контрольно-кассовых машин, а также расчетных узлов с механизмом для автоматической выдачи сдачи, конвейером для перемещения товаров и другими устройствами, облегчающими расчетные операции с покупателями.

Пришедший в магазин покупатель должен встретить приветливое отношение со стороны торгового персонала.

Индивидуальное обслуживание через прилавки сводится к тому, что в процессе выбора товара всегда участвуют покупатель и продавец. Товар, отделенный от покупателя прилавком, размещается таким образом, что основная его масса находится вне досягаемости и вне поля зрения покупателя. Покупатели могут получить товар для ознакомления только от продавца.

Закончив обслуживание одного покупателя, продавец приступает к обслуживанию следующего. Это приводит к созданию очередей, большим затратам времени на приобретение товаров, ухудшению условий выбора, чрезмерным психологическим и физическим нагрузкам, частым конфликтным ситуациям во взаимоотношениях покупателя и продавца, нерациональному использованию площади торгового зала, значительно сокращает пропускную способность магазина. Однако отдельные группы товаров (например, изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирные украшения) продают только через прилавки обслуживания.

Обслуживание по образцам осуществляется путем ознакомления покупателя с отдельными образцами товара, выставленными в торговом зале. Товары покупатель выбирает самостоятельно или с помощью продавца, который должен дать консультацию о свойствах и способах эксплуатации товара, продемонстрировать товар в действии. Торговый зал является своеобразной выставкой образцов товаров. К каждому образцу прикрепляется ярлык с указани-

ем наименования изделия, цены, артикула, номера данного образца. К технически сложным товарам прилагается краткая техническая характеристика. Этот метод продажи требует высокой квалификации продавца, который должен знать характеристику товара и обладать достаточными знаниями, чтобы давать советы покупателю при выборе товара. Расчетные операции могут осуществляться в кассах, установленных в торговом зале или на рабочем месте продавца.

После выбора товаров и оплаты покупки продавец вручает покупателю товары, соответствующие образцам, либо товары доставляются покупателю на дом за дополнительную плату.

При этом методе продажи рабочие запасы размещают отдельно от образцов, и на сравнительно небольшой площади торгового зала можно выставить образцы широкого ассортимента товаров. Обслуживание по образцам применяется при продаже технически сложных и крупногабаритных товаров (бытовых холодильников, стиральных машин, осветительных, отопительных и нагревательных приборов, швейных машин, телевизоров, компьютеров, музыкальных инструментов, мотоциклов, мотороллеров, велосипедов, мебели, тканей и других товаров).

Правила продажи товаров по образцам (утверждены Постановлением Правительства РФ от 21.07.1997 г. № 918) см. в приложении 1.

Продажа товаров с открытой выкладкой более удобна по сравнению с продажей товаров через прилавки обслуживания, так как многие покупатели имеют возможность одновременно знакомиться с открыто выложенными образцами товаров, не отвлекая при этом продавцов на выполнение функций, связанных с показом товаров и информированием об их ассортименте. Обычно этот метод используется при продаже тех товаров, отбор которых осуществляется с участием продавца (комплектование наборов, отмеривание и отрезание лент, тесьмы, кружев, тканей; проверка электроламп, изделий из стекла, фарфора, чулочно-носочных изделий, бельевых товаров, школьно-письменных, хозяйственных и других продовольственных и непродовольственных товаров). Расчетные операции осуществляются контролером-кассиром при выходе из торгового зала либо на рабочем месте продавца.

Торговля по предварительным заказам удобна для покупателей, так как позволяет им сэкономить время на приобретение товаров. По предварительным заказам продают преимущественно продовольственные товары, а также непродовольственные товары

сложного ассортимента. Заказы могут быть приняты в магазине, по месту работы или на дому покупателей. Они могут быть поданы в устной или письменной форме. Расчет осуществляется путем предварительной оплаты в кассе магазина, а также путем оплаты стоимости товаров в момент их получения. Предварительно заказанные товары могут быть доставлены на дом или вручены покупателю в магазине.

Существуют различные методы продажи товаров при оказании услуг вне предприятий торговли.

Реализация товаров дистанционным способом осуществляется посредством ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, а также при помощи электронных средств массовой информации, Интернета, радио-, телемагазинов, почтовой связи или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара. При продаже товаров дистанционным способом продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта. Продавец должен сообщить покупателю о необходимости привлечения квалифицированных специалистов по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров, которые по техническим требованиям не могут быть пущены в эксплуатацию без участия соответствующих специалистов.

Торговля по электронным каналам осуществляется с использованием компьютерной сети и имеет несколько разновидностей. Сюда относится продажа через Интернет и электронную почту. Организация торговли по электронным каналам принципиально не отличается от продажи по телефону (с точки зрения поставки товара и получения за него денег). Отличие состоит в том, что продажа по телефону — это активные звонки с живой речью продавца, а торговля по электронным каналам (компьютерным сетям) — размещение информации о товарном предложении и ожидание входных пассивных звонков или письменных предложений от покупателя.

В последнее время специалистами рассматривается возможность создания дигитальных денег, размещаемых в Интернете, что ускорит взаиморасчеты покупателя и продавца.

Этот метод продажи товаров регулируется *Правилами продажи товаров дистанционным способом* (утверждены Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 г. № 612) (см. приложение 2).