Міністерство освіти та науки України

Житомирський державний технологічний університет

Кафедра менеджменту

Контрольна робота

з курсу "Організація торгівлі"

Виконала: студентка V курсу

групи ЗМО-07-1с

Карпінська Н. В.

Перевірила:

Осадчук Алла Борисівна

# Житомир

2009

План

#### Вступ

#### 1. Матеріально-технічна база підприємства оптової торгівлі

2. Організація роботи непродовольчого магазину самообслуговування в умовах ринкових відносин

3. Задача № 3

Висновки

Список використаної літератури

#### Вступ

Під час третього значного суспільного поділу праці виділяється прошарок людей (купці), які безпосередньо вже не займаються виробництвом, їх пряма функція –– здійснення обміну результатами праці між різними підрозділами (сферами) суспільного виробництва. Тим самим вони звільняють і землероба, і скотаря, і ремісника від необхідності витрачати час на реалізацію своєї продукції, і останні мають змогу зосередити свою увагу виключно на виробництві, що, безперечно, веде до підвищення продуктивності їх праці.

Таким чином можна впевнено сказати, що торгівля як вид діяльності виникла дуже давно і знаходиться в постійному розвитку донині, відіграючи важливу роль в житті суспільства.

Метою написання контрольної роботи є вивчення матеріально-технічної бази підприємства оптової торгівлі та роботи непродовольчого магазину самообслуговування в умовах ринкових відносин.

Контрольна робота складається з теоретичної та практичної частин. Теоретична частина охоплює два питання, кожне з яких покликане охарактеризувати один із двох видів торгівлі –– оптову та роздрібну. Перше питання присвячене оптовій торгівлі, а саме, матеріально-технічній базі підприємств оптової торгівлі. Друге питання характеризує роботу магазину самообслуговування в наш час (роздрібна торгівля). При цьому за основу взято непродовольчий магазин самообслуговування. Практична частина контрольної роботи містить розрахункову задачу, яка закріплює практичні навички, отримані після вивчення курсу "Організація торгівлі".

1. Матеріально-технічна база підприємства оптової торгівлі

До матеріально-технічної бази підприємства оптової торгівлі належить:

* 1. обладнання для зберігання товарів;
  2. підйомно-транспортне обладнання;
  3. ваговимірювальне та фасувальне обладнання.

# Обладнання для зберігання товарів.

Обладнання цієї групи поділяють на наступні підгрупи: для укладання і зберігання тарно- штучних товарів; для зберігання навалювальних і насипних товарів; для зберігання наливних товарів.

Для укладання і зберігання тарно-штучних вантажів широко застосовуються стелажі і піддони.

Стелажі за призначенням ділять на універсальні і спеціальні. Залежно від конструктивних особливостей розрізняють збірно-розбірні і нерозбірні стелажі. Збірно-розбірні стелажі збирають з уніфікованих деталей і вузлів, що забезпечує велику кількість варіантів їх компонування.

Універсальні стелажі використовують для зберігання різних продовольчих і промислових товарів в тарі або на піддонах. Вони бувають поличними, клітковими, ящиковими, каркасними і гравітаційними. Найпоширенішими є поличні стелажі, які є декількома рядами горизонтальних полиць, укріплених на вертикальних стійках. В кліткових стелажах полиці розділені вертикальними перегородками. Їх використовують для зберігання дрібноштучних товарів в коробках або пачках, а також для розміщення товарів по сортах, видах і інших ознаках. Стелажі ящикові служать для зберігання дрібноштучних товарів — радіодеталей, світлочутливих фотографічних матеріалів і т.д. Комірками в них служать ящики. Каркасні стелажі складаються з вертикальної металевої рами і горизонтальної обрешітки. За допомогою перфорації в стійках можна переставляти обрешітку і змінювати висоту комірки стелажу. Використовують каркасні стелажі для зберігання товарів на піддонах із застосуванням засобів механізації. В гравітаційних стелажах вантажні полиці нахилені і вантаж переміщається під дією своєї сили тяжіння.

Спеціальні стелажі служать для зберігання певних товарів. Їх підрозділяють на стійкові, консольні і механічні стелажі — вішала. Стійкові стелажі складаються з горизонтальної рами і укріплених на ній стійок. В консольних стелажах вантажонесуща поверхня виконана у вигляді консолей. На стійкових і консольних стелажах розміщують для зберігання довгомірні вантажі (труби, сортовий метал і т. д.). Механічні стелажі — вішала використовують для зберігання верхнього одягу, костюмів на плічках.

На вибір того або іншого типу стелажу впливає асортимент товарів, що зберігаються, габарити тарних місць, що використовується для обробки вантажів, підйомно-транспортне обладнання.

Потребу в стелажному устаткуванні можна визначити за формулою:

,



де Qст— кількість стелажів;

Qт — кількість товарів, що підлягають зберіганню в стелажах, м3;

Vст — місткість стелажу, м3.

Піддони є пристроями, призначеними для формування вантажних пакетів, штабелюваннями і транспортуваннями товарів. По своєму використанню вони універсальні. Виготовляються в основному з дерева. За конструкцією розрізняють плоскі, стійкові і ящикові піддони. Плоскі піддони застосовують для пакетування товарів в ящиках, мішках і іншій тарі. Стійкові піддони мають чотири стійки, які дозволяють проводити багатоярусне їх укладання з вантажами, які не забезпечують стійкість штабелю (товари в картонних коробках і ін.). Ящикові піддони мають знімні або незнімні стінки. В них укладають товари в коробках, зв'язках, згортках і вантажі, що легко пошкоджуються.

Використання піддонів на складах створює необхідні умови для комплексної механізації навантажувально-розвантажувальних і внутрішньоскладських робіт, скорочення трудових витрат, більш ефективного використання площі і місткості складських приміщень. При цьому в 3-4 рази зростає продуктивність праці, в 2-3 рази скорочується простій транспортних засобів.

Зберігання навалювальних і насипних вантажів (куховарської солі, будівельних матеріалів, зерна і т. д.) здійснюють в бункерних пристроях і засіках.

Бункерні пристрої є спеціально обладнаними вмістищами для тимчасового зберігання навалювальних і сипких вантажів.

Вони бувають прямокутної, круглої або конічної форми. Зверху мають завантажувальні пристрої, знизу — висипний люк із затвором. За матеріалом виготовлення діляться на дерев'яні, залізобетонні і металеві. Можуть мати місткість від 20 до 100 м3 і більше.

Засіки — відгороджені вертикальною перегородкою місця для насипання навалювальних вантажів. Можуть мати чарунки, утворювані внутрішніми перегородками. Частіше за все зустрічаються залізобетонні і дерев'яні засіки.

Наливні вантажі (рослинні масла, нафтопродукти т. п.) зберігають в резервуарах (баках), а також в бочках, бідонах і т.п.

Резервуари частіше виготовляють із сталі. Можуть мати місткість 5, 10, 25. 50, 75, 100 м3. Забезпечені люками для вимірів, чищення і ремонту, а також пристосуваннями для зливу і наливання нафтопродуктів і для випуску повітря.

Для зберігання і перевезення наливних вантажів можуть використовуватися спеціалізовані контейнери масою брутто 30, 20, 10, 5 і 1,25 т. Їх застосування є економічно вигідним, оскільки дозволяє максимально механізувати і спростити операції, пов'язані із зберіганням і перевезеннями наливних вантажів.

###### Підйомно-транспортное обладнання

Вживання підйомно-транспортного обладнання в складському технологічному процесі сприяє полегшенню важких і трудомістких робіт, прискорює виконання навантажувально-розвантажувальних операцій, скорочує час простою транспорту. Механізація складських робіт підвищує продуктивність праці працівників в 3-5 разів.

Класифікують підйомно-транспортне обладнання за наступними основними ознаками: функціональному призначенню; принципу періодичності дії; роду вантажу, що переробляється; видам приводу; ступені механізації праці.

Розглянемо класифікацію підйомно-транспортного обладнання за однією з найважливіших ознак — функціональному призначенню. За цією ознакою воно підрозділяється на три групи: вантажопідйомні машини і механізми; транспортуючі машини і пристрої; навантажувально-розвантажувальні машини.

До вантажопідйомних машин і механізмів відносять крани, вантажні ліфти, лебідки і електричні талі.

Крани призначені для переміщення вантажів у вертикальному і горизонтальному напрямах. Їх підрозділяють на мостові і консольні, козлові і автомобільні, крани-штабелери.

Мостові крани є вантажопідйомними машинами, що пересуваються по рейках, закріплених на виступах стін складу або спеціальних колонах. Застосовуються для переміщення вантажів і контейнерів в закритих складських приміщеннях, під навісами або на відкритих майданчиках. На складах застосовують мостові крани вантажопідйомністю 5-10 т, здатні піднімати вантаж на висоту 8-16 м.

Консольні крани призначені для роботи з вантажами невеликої маси і малих габаритів, використовуються для переміщення вантажу від одного робочого місця до іншого. Бувають напільні і настінні, можуть кріпитися до колони складського приміщення. Дуга повороту консолі крана досягає 360°.

Електричні козлові крани вантажопідйомністю до 30 т широко застосовуються при виробництві навантажувально-розвантажувальних робіт на відкритих майданчиках складів і баз. Переміщаються по підкранових рейках, укладених на землі. Мають високу продуктивність.

Автомобільні крани застосовують для навантажувально-розвантажувальних робіт на розосереджених об'єктах. Вони є самохідними навантажувально-розвантажувальними механізмами, змонтованими на автомобільних шасі. Їх вантажопідйомність — від 3 до 45 т. Піднімають вантаж на висоту більше 7 м.

Крани-штабелери призначені для механізації навантажувально-розвантажувальних робіт в закритих складах для переробки тарно-штучних вантажів. Підрозділяються на мостові і стелажні.

Мостовою кран-штабелер є механізмом, що складається з моста крана, вертикальної колони і вантажного захвату. Переміщається по рейкових шляхах, змонтованих на будівельних конструкціях будівлі складу.

Стелажний кран-штабелер — підйомно-транспортна машина, що складається з візка і змонтованої на ній вертикальної рами, а також підйомної платформи, що пересувається по рамі на якій встановлено вантажний захват. Стелажні крани-штабелери залежно від конструкції можуть пересуватися по рейкових шляхах, укладених на підлозі або на стелажах.

Крани-штабелери використовують для укладання вантажів в штабеля і стелажі значної висоти, а також для комплектування асортименту товарів при їх отборці з місць зберігання.

Вантажний ліфт є вантажопідйомним пристроєм переривистої дії для підйому і спуску вантажів. Вантажопідйомність — від 150 кг до 5 т.

Лебідки використовуються для вертикального (підйомні лебідки) і горизонтального (тягові лебідки) переміщення вантажів. Випускаються з ручним і електричним приводами. Можуть мати тягові зусилля від 1 до 10 т.

Електрична таль — механізм з електроприводом для вертикального і горизонтального переміщення вантажу, підвішеного на крюк. Горизонтальне переміщення здійснюється уздовж підвісного однорельсового шляху. Управляють нею за допомогою кнопкового механізму. Випускається вантажопідйомністю 0,5; 1; 5 і 10 т. Розрахована на висоту підйому вантажу від 4 до 30 м.

До транспортуючих машин і пристроїв відносяться конвейєри, гравітаційні пристрої, вантажні напільні візки і деякі інші види обладнання.

Конвейєри (транспортери) — транспортуючі машини безперервної дії. Залежно від конструктивних особливостей їх вантажонесучих органів вони бувають стрічкові, пластинчасті і роликові. Застосовуються для горизонтального і слабонахильного переміщення сипких і штучних вантажів.

До гравітаційних пристроїв відносяться гравітаційні конвейєри і вертикальні спуски. Вантаж за допомогою цих пристроїв переміщається під дією своєї ваги.

Вантажні напільні візки використовуються для горизонтального і слабоухильного переміщення вантажів. Вони бувають електричні і ручні. Електровізки застосовують для переміщення вантажів на відстань до 1 км. Їх вантажопідйомність — 500, 750,1000 і 2000 кг. Ручні візки випускають на трьох-чотирьох колесах, вантажопідйомністю 0,25 і 1 т. Вантажні напільні візки застосовують для транспортування штучних вантажів.

Електротягачі застосовують для горизонтального переміщення причіпних візків і тари — обладнання на колесах. Загальна маса вантажів, що перевозяться, складає до 1500 кг.

Навантажувально-розвантажувальні машини — вилочні навантажувачі і штабелери — призначені для виконання навантажувально-розвантажувальних робіт, внутрішньоскладського переміщення і складування вантажів. Вилочні навантажувачі діляться на електронавантажувачі і автонавантажувачі.

Електронавантажувачі — машини напільного безрейкового електрифікованого транспорту, що приводяться в рух електродвигуном з живленням від акумуляторних батарей.

Основним робочим органом є вила, що служать для підхоплення вантажу, його підйому, транспортування і укладання. Випускаються вантажопідйомністю від 0,5 до 5 т, висота підйому вантажу — від 2,0 до 5,6 м. З його допомогою переміщають в горизонтальному напрямі і укладають в штабелю і стелажі тарно-штучні вантажі. Володіють високою маневреністю. Широко застосовуються для навантаження і розвантаження залізничних вагонів, бортових автомобілів і автопричіпів.

Автонавантажувачі приводяться в дію за допомогою двигуна внутрішнього згорання, у зв'язку з чим застосовуються для виконання навантажувально-розвантажувальних робіт на відкритих майданчиках. Випускаються вантажопідйомністю від 3,2 до 10 т, висота підйому вантажу — до 8,2 м.

Електроштабелери також відносяться до машин напільного безрейкового транспорту. Служать для виконання складських робіт в закритих приміщеннях з твердим і рівним покриттям підлоги. З їх допомогою проводиться укладання тарно-штучних вантажів в стелажі і штабелю на висоту до 4,5 м. Випускаються вантажопідйомністю 0,8; 1; 1,25; 1,6 і 2 т.

При оснащенні складів підйомно-транспортним обладнанням враховують: пристрій складів; асортимент і габарити належних переробці вантажів; об'єм навантажувально-розвантажувальних і складських робіт; продуктивність механізмів; режим роботи складів.

Потребу в підйомно-транспортних машинах можна визначити за формулою:

,



де Qмаш — потрібна кількість машин, одиниць;

Vг.о. — річний об'єм вантажообігу, т;

Кн — коефіцієнт нерівномірності вантажообігу;

Рмаш — експлуатаційна продуктивність машини за 1 годину, т;

Тр — кількість годин роботи машини в зміну;

Ссм— кількість змін роботи машини в добі;

Nн — кількість робочих днів машини в році.

Для розрахунку експлуатаційної продуктивності машини можна використовувати формулу:

,



де Рмаш — експлуатаційна продуктивність машини за 1 годину, т;

Рт — технічна (конструктивна) продуктивність машини, т;

К1 — коефіцієнт використання машини по завантаженню;

К2 — коефіцієнт використання машини за часом.

При цьому К1 визначається як відношення середньої ваги вантажу, що транспортується, за один цикл роботи до номінальної вантажопідйомності машини. Коефіцієнт використання машини за часом К2 рівний відношенню фактичної тривалості роботи машини (з урахуванням простоїв на профілактику і т. д.) до нормативної тривалості робочої зміни.

# Ваговимірювальне та фасувальне обладнання

Залежно від конструкції ваги, що використовуються на складах, діляться на гирьові, шкальні, шкально-гирьові, циферблати, напівавтоматичні і автоматичні. Крім того ваги підрозділяють на наступні різновиди: вагонні, автомобільні, кранові, товарні (платформені), настільні (звичайні, циферблатні, електронні).

Для оснащення складів частіше всього використовують платформені пересувні і стаціонарні ваги. Їх застосовують для зважування важких і великогабаритних вантажів. Для зважування вантажів масою від 50 кг до 3 т застосовують товарні ваги, що є пересувними напільними вагами. Вони бувають з наступними межами зважування: шкально-гирьові — 500 кг, 1, 2 і 3 т; шкальні — 50, 100, 200, 500 кг, 1, 2 і 3 т; циферблатні — 60, 100, 150, 300, 600 кг, 1,2 і 3 т. Якнайменша межа зважування на всіх товарних терезах рівна 1/20 найбільшої межі зважування.

На шкально-гирьових вагах масу вантажу визначають підсумовуванням значень маси накладних гирь і показників шкали. Вони є малопродуктивними. Для визначення маси товару необхідно робити підрахунок. Разом з тим вони прості за конструкцією, надійні і мають порівняно невисоку вартість.

Найбільш зручні в експлуатації шкальні і циферблати терези.

Ваги платформені стаціонарні призначені для зважування вантажів великої маси. Їх механізм монтується на спеціальному фундаменті в поглибленні. При цьому для зважування вантажів з автомашиною застосовують автомобільні ваги з найбільшими межами зважування 10, 15, 30, 60, 100 і 150 т.

Для зважування вантажів разом з вагонами на складах оптових баз застосовують вагонні ваги. Вони бувають з межами зважування 7,5-100 і 10-200 т.

Деякі моделі стаціонарних ваг циферблатів виготовляють з реєструючими приладами для місцевого або дистанційного запису показників.

На оптових базах широко використовується різне фасувальне обладнання. За призначенням воно ділиться на обладнання для фасування і упаковки бакалійних товарів (автоматичні дозатори, механізовані потокові лінії) і обладнання для фасування і упаковки картоплі, овочів і фруктів (напівавтоматичні ваги і лінії для фасовки і упаковки).

Для фасування цукрового піску і крупи в паперові пакети порціями по 0,5 і 1 кг застосовують автоматичні ваги. Їх продуктивність — 1500 пакетів в годину при масі порції 1 кг. Похибки дозування, що припускається ±0,5% номінальної маси.

Застосовують їх в цехах централізованого фасування. Вмонтовують стаціонарно на підлозі. Підлягають перевірці і тавруванню органами Держстандарту.

Фасування цукерок, пряників і інших продовольчих товарів проводять за допомогою установки для фасування в пакети з полімерної плівки. Масу порції визначають на електронних вагах.

У крупних цехах централізованого фасування застосовують автомати для фасування і упаковки товарів.

Для виготовлення подвійних паперових пакетів, фасування і упаковки в них цукрового піску порціями до 1 кг застосовують автомати продуктивністю 3600 пакетів в годину з похибки дозування кожної порції, що припускається, в межах ±1,5%. Промисловість проводить автомати для фасування і упаковки в пакети з полімерної плівки цукрового піску, круп, куховарської солі і інших сипких товарів порціями 0,5-1 кг, продуктивністю до 2700 пакетів в годину при масі порції 1 кг.

Для фасування і упаковки товарів можуть бути використані механізовані і автоматизовані потокові лінії.

У механізованих лініях майже всі технологічні операції виконуються за допомогою машин, керованих персоналом. До складу таких ліній входять автоматичні ваги і автоматичні укладальники фасованих товарів в тару-обладнання. Механізована лінія має продуктивність до 3000 пакетів в годину при масі порції 1 кг.

Автоматизовані потокові лінії оснащені комплексом машин, що автоматично виконують всі технологічні операції. Використовують їх для фасування і упаковки цукрового піску і круп.

Спеціальні машини використовують для упаковки овочів, фруктів, картоплі в рукавну бавовняну і полімерну сітку. Її продуктивність — 1200 пакетів в годину при масі порції не більше 3 кг. Для автоматичної упаковки овочів, фруктів і картоплі в полімерну сітку застосовують автомати продуктивністю 780-1200 пакетів в годину залежно від маси порції. Є також механізовані потокові лінії для фасування і упаковки картоплі в полімерну сітку, а також моркву — в поліетиленові пакети і ін. Їх продуктивність складає 600 порцій в годину при масі порції картоплі 3 кг і масі порції моркви 1 кг.

2. Організація роботи непродовольчого магазину самообслуговування в умовах ринкових відносин

Прогресивні методу продажу товарів базуються на більш раціональних способах, прийомах обслуговування покупців і вдосконалення технічних операцій, застосування яких дозволяє забезпечити більше зручностей для ознайомлення покупців з товарами, точніше виявити і забезпечити попит, скоротити час на придбання покупки у порівнянні з продажем товарів продавцями через прилавки обслуговування.

Впровадження прогресивних методів продажу суттєво змінює торгово-технологічний процес і порядок виконання основних операцій процесу безпосереднього обслуговування покупців та потребує застосування нових, сучасних видів торгового обладнання, поліпшення технічного забезпечення магазинів і забезпечення в роздрібній торговельній мережі широкого вибору товарів і стійкого їх асортименту.

Основними принципами організації прогресивних методів продажу товарів є:

* максимальне скороченню операцій обробки товарів у зоні обслуговування або на робочому місці продавця;
* наближення товарів до покупців і створення найліпших умов для вільного ознайомлення з товарами та їх відбору;
* розумне поєднання в одному пункті операцій з розрахунку за продані товари і відпуску їх покупцям.

Перехід до застосування прогресивних методів продажу товарів докорінно змінює зміст процесу продажу товарів з психологічної точки зору. Поряд зі зменшенням фізичного навантаження торгового персоналу, значно зростає роль їх особистих якостей, здібностей і професійних навичок. На відміну від традиційного методу продажу товарів, при якому переважають технічні операції, пов'язані з показом, відмірянням, зважуванням товарів, при застосуванні прогресивних методів продажу на перший план виходить необхідність швидкого орієнтування, спостережливості, урівноваженості, оволодіння основами психології торгівлі.

Найбільш розповсюдженим та економічно ефективним серед прогресивних методів продажу товарів традиційно вважається самообслуговування.

Самообслуговування — це метод продажу, при якому покупці мають вільний доступ до всіх товарів, відкрито викладених у торговому залі магазину на пристінному та острівному обладнанні, і повну можливість самостійно оглядати і вибирати товари без допомоги продавця, а оплачувати покупки у вузлі розрахунку, розташованому при виході з торгового залу магазину. Процес продажу товарів у магазині самообслуговування схематично відображено на рис. 1.



Рис. 1. Схема торгово-технологічного процесу в магазині самообслуговування

Самообслуговування як метод продажу товарів базується як на принципах, які є загальними для групи прогресивних методів, так і на притаманних лише йому принципах.

Принциповою відмінністю від традиційного методу продажу товарів є те, що при застосуванні самообслуговування час і місце виконання допоміжних операцій торгово-технологічного процесу не збігаються з часом і місцем виконання операцій з продажу товарів і обслуговування покупців. Технологічні операції з підготовки товарів до продажу виконуються в спеціально призначених для цього приміщеннях, із застосуванням високопродуктивного торгово-технологічного (ваговимірювального, фасувального, пакувального, етикетувального) обладнання; ці операції здійснюються незалежно від наявності чи відсутності покупців у певному торговому відділі.

Завдяки цьому основна увага торгового персоналу зосереджується на якісному виконанні центральної операції торгово-технологічного процесу магазину — продажу товарів, а всі інші операції підпорядковуються цій меті і створюють умови для її успішного здійснення.

Основними елементами процесу продажу товарів при самообслуговуванні є: самостійний огляд і відбір товарів покупцями, доставка відібраних товарів до вузла розрахунку і розрахунок за покупку. Обов'язковою умовою самообслуговування є надання додаткових послуг. Разом з тим самообслуговування не виключає можливості відпуску товарів, які потребують нарізання, відміряння, зважування продавцями за умови, що прилавки обслуговування розташовані в залі самообслуговування і товари відпускаються без попередньої оплати їх вартості в касі.

Основними принципами продажу товарів за методом самообслуговування є:

* максимальне скорочення операцій обробки товарів у зоні обслуговування або на робочому місці продавця;
* наближення товарів до покупців і створення їм найкращих умов для вільного ознайомлення з товарами та їх відбору:
* об'єднання в одному пункті операцій з розрахунку за продані товари і відпуску їх покупцям;
* розташування вузла розрахунку біля виходу з торгового залу;
* необмежений доступ покупців у торговий зал і вільний доступ до всіх викладених у торговому залі товарів;
* обов'язкова наявність цінників на всіх реалізовуваних товарах;
* можливість самостійно оглядати і відбирати товари без допомоги продавця;
* можливість у будь-який момент отримати консультацію або допомогу з боку продавця при виборі товару;
* використання для відбору і доставки товарів у вузол розрахунків інвентарних корзин або візків;
* орієнтація покупця в торговому залі завдяки застосуванню рекламних засобів, інформаційних вказівників, визначеної системи розміщування торговельного обладнання;
* чіткий розподіл в магазині вхідних і вихідних потоків покупців;
* висока питома вага товарів, реалізовуваних у торговому залі магазину за методом самообслуговування (на рівні не нижче 70 %).

У магазині самообслуговування покупець діє самостійно, а тому в процесі підбору товарів йому повинні бути створені найкращі умови. При підборі товарів у магазинах самообслуговування покупцям необхідно рекомендувати для зручності користуватись інвентарними корзинами і візками, але при цьому пам'ятати, що застосування їх доцільне не у всіх випадках. Певний ефект дає використання інвентарних корзин у великих магазинах самообслуговування з широким асортиментом товарів. У таких магазинах покупці здійснюють, як правило, декілька покупок і використання інвентарних корзин спрощує їм послідовний підбір товарів у різних секціях.

У магазинах, які торгують непродовольчими товарами, не рекомендується забороняти покупцям входити до залу самообслуговування без інвентарних корзин. Для зручності інвентарні корзини розміщують поруч із товаром. Розміщувати корзини біля входу у торговельний зал доцільно тільки при наявності єдиного вузла розрахунків та контролю. При продажу товарів повсякденного попиту, а також товарів, які добре знайомі покупцям і які не потребують великих затрат часу на підбір, застосування інвентарних корзин є ефективним, оскільки в цьому випадку вони використовуються у повною мірою. Найбільш доцільно використовувати інвентарні корзини при продажу господарчих, галантерейних, парфумерних, канцелярських товарів та іграшок. При продажу верхнього одягу головних уборів, сумок, музикальних інструментів застосування інвентарних корзин недоцільне, оскільки стримує споживчий потік покупців та перешкоджає підбору товарів ними.

Самообслуговування найбільш доцільно застосовувати при забезпеченні магазинів фасованими товарами в широкому асортименті і високій інтенсивності потоків покупців для продажу готового одягу, взуття, трикотажних виробів, іграшок, грамплатівок, окремих парфюмерно-косметичних, канцелярських, господарських, спортивних товарів, товарів побутової хімії тощо. Практика показує, що впроваджувати цей метод можна для торгівлі переважною більшістю непродовольчих товарів, за винятком відносно невеликої групи дорогих і великогабаритних товарів, продаж яких об'єктивно вимагає участі продавця та надання ним консультацій покупцеві в процесі вибору товару — ювелірних виробів, годинників, сувенірів, радіо- і телеаларатури, радіодеталей, сервізів і виробів з кришталю, велосипедів, мотоциклів, моторів, човнів, холодильників, газових та електричних плиток, пральних і швейних машин, побутових електроприладів, килимів і килимових виробів та деяких інших товарів. Також недоцільно продавати за методом самообслуговування товари, які потребують відміряння, нарізання, зважування тощо.

Продаж товарів на основі самообслуговування передбачає активну участь персоналу магазину в обслуговуванні покупців, надання їм допомоги при виборі товару, консультуванні щодо місць викладки товарів, правил використання, способів догляду, порядку ремонту виробів, виконанні операцій з упакування товарів. При самообслуговуванні продавці виконують функції продавців-консультантів, що вимагає доброго знання асортименту, властивостей і особливостей товарів, способів догляду за ними, основ психології. Одночасно, продавці-консультанти звільняються від необхідності приймати від покупців оплату за товари — ця операція виконується у вузлах розрахунку контролерами-касирами.

Самообслуговування може бути повним або частковим. При повному самообслуговуванні всі товари продають за цим методом, при частковому — деякі товари продають безпосередньо продавці через прилавок обслуговування. Як правило, розрахунки за ці товари теж ведуться через вузли розрахунку.

У невеликих магазинах самообслуговування, які мають прилавок обслуговування, всі товари оплачуються через цей прилавок. Продавець прилавка обслуговування спочатку підраховує вартість товарів, відібраних покупцем в залі, а потім відпускає товари через прилавок, додаючи їх вартість до раніше підрахованої суми. При цій системі розрахунків прилавок обслуговування розташований біля виходу з торгового залу.

Впровадження самообслуговування змінює підходи до визначення схеми технологічного планування приміщень магазину і його торгового залу, улаштування вузлів розрахунку, постачання магазину товарів, механізації процесів праці, організації матеріальної відповідальності тощо.

Принципова відмінність методу самообслуговування від традиційного методу продажу товарів полягає у значно більшій свободі покупців, які вільно рухаються в торговому залі, самостійно вибирають і відбирають товари. Це дозволяє всім покупцям, які перебувають в торговому залі або відділі, одночасно оглядати і відбирати необхідні їм товари, створює сприятливу психологічну обстановку для здійснення комплексної купівлі, підвищує кількість імпульсних покупок, а також спрощує і прискорює процеси продажу товарів.

Під час продажу за методом самообслуговування важливу роль відіграє розміщення і викладка товарів, які повинні створювати зручні умови для огляду і вибору товарів покупцями, скорочення витрат праці персоналу магазину на поповнення запасів у торговому залі.

Для забезпечення самостійного огляду і відбору покупців при продажу товарів за методом самообслуговування передбачають:

* застосування обладнання для відкритого викладання товарів (тара-обладнання, піддони, кошики, острівні і пристінні гірки, холодильні прилавки відкритого типу);
* лінійну систему розташування обладнання в торговому залі;
* розташування товарів у торговому залі з урахуванням частоти і психології попиту, виключення зустрічних і перехресних потоків покупців;
* використання найбільш ефективних прийомів викладання товарів і способів розміщування на обладнанні;
* надання допомоги покупцям при огляді і виборі товарів;
* створення умов для самостійної перевірки покупцям якості і маси товарів;
* чітке позначення цін, наявність плакатів, анотацій про споживчі властивості товарів;
* організацію внугрішньомагазинної реклами та інформації про розташування товарів у торговому залі, послуги, правила роботи магазину;
* забезпечення покупців індивідуальними кошиками, візками та іншими засобами для відбору товарів і доставки їх до вузла розрахунку;
* організацію зберігання особистих речей покупців.

Завершальний етап операцій продажу товарів за методом самообслуговування передбачає, що покупці відібрані ними товари укладають в інвентарний кошик або візок і доставляють до вузла розрахунків.

У вузлі розрахунку повинні проводитися розрахунки як за товари, відібрані покупцем у зоні самообслуговування, так і отримані ним через прилавок обслуговування.

При цьому в обмін на гроші покупець отримує касові чеки, які підтверджують факт придбання ним товарів і правильність розрахунків, а також служать підставою для обміну чи повернення товарів відповідно до норм чинного законодавства.

Розрахунок за товари є невід'ємним елементом процесу продажу, тому якість його організації та виконання істотно впливає на рівень торговельного обслуговування населення.

Розрахунки за товари, куплені у продовольчому магазині самообслуговування, у тому числі і за відпущені продавцем через прилавок, проводиться тільки в єдиному вузлі розрахунків та контролю.

Не дозволяється вимагати від покупців попередньої оплати товарів, які продані через прилавок у торговельному залі магазину самообслуговування, а також перевіряти при виході з магазину покупки після сплати за них у вузлі розрахунків та контролю (подвійний контроль). Адміністрація магазину мас право проводити лише вибіркову перевірку правильності оплати і контролювати роботу касира.

Практика організації торговельного обслуговування показує, що в структурі витрат часу покупців на придбання товарів до 25—30 % припадає на очікування та розрахунок за покупку. Швидкість обслуговування покупців та культура торгівлі в магазині залежать від точного дотримання правил розрахунку, вибору оптимального виду і типу ЕККА, забезпечення високого рівня професійної підготовки осіб, зайнятих у вузлах розрахунку. Робота з метою скорочення часу розрахунку з покупцями за товари може бути умовно розділена на два основні напрямки:

1) впровадження більш ефективних систем і технологій розрахунків за покупки;

2) оснащення підприємств сучасними видами високопродуктивних багатофункціональних реєстраторів розрахункових операцій (ЕККА, касові термінали, вагокасові комплекси та ін.).

Як відомо, отримання грошей за товари при застосуванні традиційного методу продажу залежно від прийнятої в магазині схеми організації торгово-технологічного процесу здійснюють або продавці окремих відділів, або касири вузлів розрахунку. При застосуванні методу самообслуговування ці операції виконують контролери-касири, робочі місця яких розташовані або у відокремлених відділах (зональні вузли розрахунку, децентралізована форма розрахунків), або в єдиному вузлі розрахунку (загальні вузли розрахунку, цетралізована форма розрахунків).

У непродовольчих магазинах самообслуговування використовують централізовану і децентралізовану форми розрахунків на лініях обладнання.

При централізованій формі розрахунків покупець сплачує за товари, підібрані ним у різних секціях магазину, у будь-якій з кас єдиного вузла розрахунку та контролю, що розташований, як правило, біля виходу з магазину. У багатоповерхових спорудах магазинів розрахунки проводяться у вузлі розрахунків та контролю, який розташований біля виходу з поверху.

При децентралізованій формі розрахунків покупці оплачують покупки у касах, розташованих у середині та кінці ліній обладнання.

У непродовольчих магазинах із розміром площі торговельного залу 1000-3000 м, де на поверсі розташовано два і більше споживчих комплексів, можуть бути встановлені єдині вузли розрахунків та контролю як на кожному поверсі, так і у кожному споживчому комплексі.

У магазинах з розмірів площі торговельного залу одного поверху більше 3000 м бажано поєднувати централізовану форму розрахунків із децентралізованою.

У централізованих вузлах розрахунків касові кабіни бажано розміщувати так, щоб контролер-касир був звернений обличчям до потоку покупців, які виходять з торговельного залу. При цьому прохід для покупців має бути зліва від контролера-касира.

При децентралізованій формі розрахунків бажало використовувати касову стрічку з клейовою основою і касовий чек наклеювати на упаковку товару.

З погляду організації загального торгово-технологічного процесу магазину самообслуговування найбільш ефективним вважається здійснення централізованих розрахунків, яке дозволяє:

* звільнити продавців-консультантів від виконання функцій розрахунку з покупцями і упаковування товарів, натомість більше уваги приділяти консультаціям покупців;
* при здійсненні покупцем кількох купівель у різних відділах (секціях) магазину провести одночасний розрахунок за них;
* рівномірно розподілити потоки покупців між робочими місцями контролерів-касирів;
* підвищити продуктивність праці контролерів-касирів і оптимізувати їх чисельність.

Форма розрахунків має тісний зв'язок із системою розстановки обладнання в торговому залі і його технологічним плануванням. Правильне вирішення цих питань забезпечує вільний доступ покупців до товарів і надання їм необхідної консультації, найкращі умови для руху потоку покупців у торговому залі, швидкий відбір без перешкод від зустрічних та перехресних потоків, проведення розрахунків за всі товари в максимально короткий час тощо. Тому технологічне планування магазинів самообслуговування при впровадженні єдиних вузлів розрахунків необхідно здійснювати в такий спосіб, щоб забезпечити:

* вибір найбільш доцільних видів обладнання для застосування обраного варіанта схеми розстановки торгово-технологічного обладнання в торговому залі;
* підвищення ефективності використання торгової площі та оптимізацію значень коефіцієнтів заставленої та демонстраційної площі;
* раціональне розміщення товарних груп у торговому залі;
* можливість ефективного контролю за збереженням товарно-матеріальних цінностей в торговому залі.

За своїм призначенням площа торговельного залу магазину самообслуговування поділяється на такі зони:

* площу, що зайнята обладнанням для демонстрації та розміщення товарів;
* площу, що зайнята вузлами розрахунку та контролю;
* площу для проходів покупців.

Найбільш раціональним є лінійне планування торговельного залу, яке створює найкращі умови для згрупування і розташування товарів, і збільшує демонстраційну площу. При такому плануванні більш ефективно використовуються внутрішні засоби реклами та інформації, раціональніше регулюється потік покупців. Обладнання розташовують у вигляді чітких ліній, паралельно напряму руху покупців. Необхідно максимально використовувати пристінне обладнання і обладнання приміщень для підготовки товарів до продажу. При розміщенні товарних секцій у магазині самообслуговування основою є правильний розподіл площі під окремі групи товарів, який залежить від конкретних умов.

Якщо торговельний зал невеликий, то недоцільно ділити його на секції. У цьому разі необхідно розмістити товари так, щоб задовольнити потреби покупців.

Чим більша частота придбання товарів окремих груп, тим більша площа потрібна для їх розміщення. Такий принцип розташування товарних секцій дозволяє рівномірніше поповнювати товарні запаси у торговельному залі та раціональніше використовувати торговельну площу.

При продажу товарів, які потребують значних затрат часу для їх огляду та відбору, а також великогабаритних товарів, за інших рівних умов, для організації секції відводиться більша площа. У магазинах, де товари згруповано у споживчі комплекси, розмір площі торговельного залу для кожного з них визначається залежно від обсягу товарообороту, широти асортименту товарів, їх розмірів, а також загальної торговельної площі магазину.

Одним з етапів планування торговельного залу є визначення послідовності розміщення товарних секцій. Факторами, які впливають на розміщення товарних секцій у торговельному залі, є: характер і привабливий зовнішній вигляд товару, зручність у роботі для персоналу, рентабельність, необхідність запобіганню крадіжок, зручність для покупців. При розташуванні товарних секцій необхідно враховувати частоту попиту на товари окремих груп, комплектність придбання, розміри і вагу товарів, що пропонуються для продажу, стабільність їх асортименту.

У магазинах, які розташовані у багатоповерхових будинках на першому поверсі, як правило, розміщуються товари повсякденного попиту і товари, які не потребують великих затрат часу для їх вибору, оскільки перший поверх є найбільш відвідуваний покупцями. Окрім цього, розташування товарів за таким принципом дозволяє уникнути напруженого потоку покупців.

У одноповерхових, а також на окремих поверхах багатоповерхових будинків товари повсякденного попиту розміщують, як правило, ближче до підсобних приміщень, що дозволяє значно скоротити затрати часу на поповнення запасів товарів у торговельному залі.

Секції з товарами підвищеного попиту не рекомендується розташовувати близько до входу, щоб уникнути скупчення покупців. Секції, у яких продаються важкі та великогабаритні товари, доцільно розташовувати у кінці руху покупців, ближче до підсобних приміщень. За товарними секціями бажано закріплювати постійні місця розташування у торговельному залі. Це дозволяє покупцям звикнути до такого розміщення і скоротити час на покупку товарів.

Секції, в яких реалізуються товари, що потребують спеціальних умов продажу (новинки, сезонні, модельні, складного асортименту), доцільно розмішувати у найбільш оглядових місцях торговельного залу. При цьому, незважаючи на нові види упаковки товарів, бажано дотримуватись товарного сусідства.

Удосконалення організації торговельного обслуговування населений і підвищення економічної ефективності магазинів самообслуговування значною мірою залежать від правильного формування асортименту товарів.

Формування товарного асортименту — це процес підбору і розміщення у певному порядку номенклатури товарів, торгівлю якими здійснює підприємство торгівлі.

Товарний асортимент у магазинах самообслуговування бажано формувати у два етапи. На першому етапі встановлюється груповий асортимент товарів і визначається його структура, а на другому — залежно від товарних груп, визначається кількість видів, найменувань товарів і оптимальна кількість їх різновидностей, тобто розширений асортимент.

Структуру групового асортименту магазинів самообслуговування бажано визначати не за розміром площі, що займає кожна група товарів, а відповідно до обсягу товарообороту.

Асортимент непродовольчих товарів може включати від 500 до 2000 найменувань. У одних магазинах самообслуговування непродовольчі товари продаються виключно як супутні, у інших –– вони групуються і для них виділяються окремі секції.

Секції (відділи) непродовольчих товарів бажано розмішувати у місцях, де проходять інтенсивні потоки покупців. Необхідно, щоб у цьому відділі був представлений такий асортимент непродовольчих товарів, який привертає до себе увагу. Невеликі відділи товарів повсякденного попиту мають бути орієнтовані на імпульсні покупки. Порівняно великі відділи непродовольчих товарів, і особливо ті, яким відведено окремі площі торговельного залу, повинні мати відповідний асортимент, зручність у здійсненні покупки, низькі ціни та інші фактори.

Рентабельно в асортимент непродовольчих товарів включати господарські, парфумерно-косметичні, канцелярські, дрібні текстильні, галантерейні та інші товари. Більш ефективним є продаж тих непродовольчих товарів, які зустрічаються на традиційному маршруті огляду торговельного залу.

У продажу непродовольчих товарів методом самообслуговування основою для формування товарного асортименту є форма спеціалізації підприємства. Умовою правильного формування асортименту є комплексна пропозиція товарів, яка включає згрупування за призначенням у споживчі комплекси.

Основний фактор, який визначає кількість комплексів, –– розмір торговельної площі магазину самообслуговування. При визначенні номенклатури споживчих комплексів необхідно враховувати структуру товарообороту та наявність поблизу інших типів магазинів з продажу непродовольчих товарів.

У споживчих комплексах з чисельністю працівників торговельного залу не менше 30 осіб виділяються мікрокомплекси, кількість яких у споживчому комплексі повинно бути не менше п'яти. Мікрокомплекси можуть організовуватись як постійні, так і сезонні (діють обмежений час). Особливу увагу необхідно приділяти організації постійних мікрокомплексів. Їх кількість і найменування визначаються спеціалізацією споживчих комплектів, розмірами торговельної площі магазину, структурою товарообороту та ін. При формуванні асортименту товарів велике значення має число товарних груп і підгруп, що входять до асортиментного переліку підприємства торгівлі, та число різновидностей товарів у кожному споживчому комплексі.

Формуючи асортимент товарів для цього підприємства, необхідно прагнути до підвищення у ньому питомої ваги товарів повсякденного попиту і забезпечення їх постійної наявності. При формуванні асортименту в магазині необхідно:

* дотримуватись установленого асортиментного профілю магазину і споживчого комплексу;
* систематично, максимально розширювати і поновлювати асортимент товарів, який враховує зміни попиту, стимулює зростання товарообороту і підвищення ефективності роботи підприємств торгівлі;
* забезпечувати стабільність асортименту, а також періодично змінювати його залежно від особливостей сезонного, передсвяткового та іншого попиту.

Головну роль у забезпеченні підприємства широким і постійним асортиментом відіграє чітке і регулярне постачання товарів, його досконалість, уміння маневрувати ним. Позитивно впливає на формування товарного асортименту і задоволення попиту покупців.

Вирішуючи питання товарного забезпечення, комерційним службам торговельного підприємства у своїй роботі бажано:

* чітко керуватись матеріалами з вивчення товарних ринків і попиту покупців на товари;
* здійснювати закупку товарів у обсязі та асортименті відповідно до попиту населення;
* забезпечувати своєчасну подачу, а також наявність повного асортименту товарів у торговельному залі.

Раціональне товарне забезпечення магазинів самообслуговування передбачає своєчасне постачання товарів у необхідній кількості й асортименті для безперебійної торгівлі з найменшими товарними запасами і втратами. Цього можна досягти тільки тоді, коли кожному магазину товар буде поставлятись партіями таких розмірів, які забезпечать рівномірне постачання при мінімальних витратах на постачання і зберігання товарів.

Важливою умовою підвищення рівня торговельного обслуговування є скорочення часу розрахунків з покупцями за відібрані товари, що може бути досягнуто за рахунок раціоналізації технології проведення розрахунків з покупцями.

У практиці організації вітчизняної торгівлі найбільш часто ці операції здійснюються за однією з наведених нижче схем.

Схема 1. При застосуванні в магазині варіанта з організацією розрахунків у єдиному вузлі розрахунку покупець доставляє інвентарний кошик з відібраними товарами до касової кабіни, ставить її на касовий прилавок; у свою чергу, контролер-касир перевіряє ціну, перекладає товари у порожню корзину або лоток, реєструє на ЕККА вартість покупки, чітко називає загальну вартість покупки і суму отриманих грошей, видає касовий чек і здачу. Після остаточного розрахунку гроші ховаються касиром у грошовий ящик ЕККА.

Схема 2. У магазинах, в яких прийнята схема розрахунку за участі продавця торгового відділу і касира, покупець після оплати вартості покупки передає касовий чек продавцеві; продавець перевіряє достовірність чека, його реквізити, особливу увагу звертаючи на загальну суму покупки, після чого "гасить" чек шляхом надриву і видає оплачені та упаковані товари покупцеві. (Елементи технології розрахунку та порядок їх виконання в магазині самообслуговування відображені в табл. 1).

# Таблиця 1 Технологія розрахунків з покупцями в магазині самообслуговування

|  |  |
| --- | --- |
| Елементи технології | Умови і порядок виконання |
| Підготовчі операції розрахунку | Касир допомагає покупцеві встановити інвентарний кошик з товарами на полицю касової кабіни |
| Реєстрація товару | Лівою рукою касир виймає товари з кошика, правою реєструє їх на касовому апараті |
| Установлення суми покупки | Сума покупки встановлюється ЕККА автоматично на основі реєстрації кодів і кількості товарів та автоматичного виклику ціни товару з пам'яті ЕККА |
| Оголошення суми покупки | Сума покупки висвітлюється в індикаторах покупця і касира; касир зобов'язаний чітко назвати її |
| Отримання грошей | Касир чітко називає суму отриманих грошей, реєструє її в ЕККА, кладе гроші на виду в покупця; якщо гроші не приготовлені завчасно, касир може використати час на упакування покупки |
| Друк чека | Друк чека здійснюється на ЕККА автоматично після натискання клавіші "Оплата" |
| Видавання чека і здачі | Сума здачі визначається ЕККА автоматично і висвічується на індикаторі касира; касир голосно називає суму здачі і видає її покупцеві разом з касовим чеком (при цьому паперові банкноти і розмінні монети видаються одночасно) |
| Завершальні операції розрахунку | Після закінчення розрахунку касир кладе отримані від покупця гроші в касовий ящик, допомагає упакувати товари |

Запровадження скануючих пристроїв і електронно-обчислювальних машин ще більше прискорює розрахунки з покупцями і забезпечує збір додаткової корисної інформації для підприємств торгівлі. Удосконалені електронні контрольно-касові апарати мають ряд технічних особливостей, які значно спрощують роботу контролера-каспра.

На цей час у сфері торгівлі широкого розповсюдження набули технології штрихового кодування для маркування та автоматизованої ідентифікації товарів. Наявність штрихових кодів на товарах дозволяє максимально автоматизувати процес обліку руху товарів з часу їх надходження до магазину до часу їх продажу. Розрахунки за підібрані товари здійснюються покупцями у вузлах розрахунків та контролю з підключеними до них пристроями зчитування штрихових кодів. Технологію штрихового кодування слід застосовувати і при розрахунках за технічно складні та великогабаритні товари на які покупець бере сам або йому продавець видає етикетку чи бирку із штриховим кодом. Особливо доцільно та ебективно застосовувати технології штрихового кодування у магазинах з великим асортиментом товарів. Впровадження технології автоматизованої ідентифікації товарів на основі штрихового кодування у магазинах самообслуговування значно полегшує облік товарів, спрощує та прискорює процес розрахунків покупців за придбані товари, підвищує продуктивність праці касирів.

Центральне місце в складі автоматизованої системи управління торговим підприємством у разі застосування такої технології мас касовий термінал, який об'єднує в єдиному корпусі комп'ютер, клавіатуру, принтер чекової та контрольної стрічки, зчитувач магнітних карт, дисплей покупця і касовий ящик.

Для організації розрахунків з використанням магазинних карток у вузлі розрахунку може застосовуватися звичайний ЕККА, дооснащений пристроєм для зчитування даних з картки і клавіатурою введення персонального ідентифікаційного номера (ПІН-код) клієнта, або спеціалізований касовий термінал, або ж звичайний персональний комп'ютер у поєднанні з принтером і пінпадом для введення ПІН-коду.

Після введення магазинної картки в пінпад клієнт набирає свій ШН-код, і після того, як карта відкриється, касир через клавіатуру касового термінала вводить інформацію про кількість та вартість придбаних товарів. Термінал підраховує загальну вартість покупки, списує відповідну суму з рахунка клієнта, оновлює інформацію про залишок грошей на картці, запам'ятовує операцію в реєстрі і роздруковує чеки.

Крім прискорення і спрощення розрахунків за товари, перевагами магазинних карток є також те, що існує можливість отримувати цінну інформацію маркетингового характеру. Водночас впровадження таких технологій у кожному магазині неможливе через значну вартість комплексу технічних засобів та доцільність їх експлуатації лише в магазинах з великими обсягами реалізації товарів.

У зв'язку з цим основним напрямком удосконалення організації розрахунків за товари в магазинах повинно бути підвищення обгрунтованості прийняття технологічних рішень, зокрема, щодо визначення необхідної кількості вузлів розрахунку в торговому залі магазину.

Усталена у вітчизняній торгівлі практика вирішення цієї проблеми базується на проведенні техніко-економічних розрахунків за формулою:

,



де Пт.з., — площа торгового залу, кв.м;

Чр.с. — середній час розрахунку з одним покупцем, сек;

Пс.т.з.п. — середня площа торгового залу, яка припадає на одного покупця (при розрахунках приймається рівною 2,5 м2);

Кв.р.ч. — коефіцієнт використання робочого часу контролера-касира (при розрахунках береться рівним 0,9);

3600 — кількість секунд в 1 годині.

Проте отримані таким способом результати є дуже наближеними і потребують уточнення.

Важливу роль у забезпеченні високої культури обслуговування відіграють додаткові послуги, які надаються покупцям у магазинах самообслуговування. Кількість і різновидність додаткових послуг, які можуть бути запропоновані покупцям, визначаються спеціалізацією і розміром торговельної площі підприємства торгівлі.

Додаткові послуги, які надаються покупцям у магазині самообслуговування, можна поділити на:

* послуги, пов'язані з продажем товарів (продаж товарів на виплат, розкрій тканин, дрібна переробка виробів, нескладний ремонт товарів, граверні роботи, упакування товарів, придбаних у різних секціях універмагу);
* комплектування подарункових наборів з товарів, що є у продажу, доставка товарів на вказану адресу;
* послуги культурно-побутового характеру (інформаційні бюро, камери схову, театральні каси, фотоательє, кафетерій, ощадна каса, стоянка для автотранспорту, відділення зв'язку).

Недоліки в організації продажу товарів при застосуванні даного методу:

* вузькість асортименту товарів і недостатні обсяги промислового фасування-товарів;
* неповне використання площі торгового залу для встановлення обладнання;
* нераціональне планування торгового заду;
* недостатня кількість кабін контролерів-касирів і наявність черг у вузлах розрахунку;
* безсистемне розміщення товарів у торговому залі;
* завищення чисельності й неефективне використання праці персоналу;
* "подвійний" контроль;
* переважна частка продажу через прилавок обслуговування деяких товарів (в основному м'ясних, рибних, гастрономічних) у торгових залах самообслуговування.

Однією з визначальних причин є зростання втрат товарів, пов'язаних з забудькуватістю покупців, крадіжками товарів ними та службовим персоналом магазинів і постачальників.

Забезпеченню збереження товарів у магазинах самообслуговування сприяє використання таких методів, як:

* установлення відеокамер і телевізійних систем, які передають зображення на екран, а працівник магазину у спеціальному приміщенні наглядає за тим, щоб своєчасно поповнювались товарні запаси і покупці не могли залишити магазин, не розрахувавшись чи придбаний товар:
* визначення кількості та складу матеріально відповідальних осіб, організація контролю за збереженням товарно-матеріальних цінностей.

При роботі магазинів самообслуговування широко використовується продаж товарів у складі споживчих комплексів (наприклад товари для жінок, товари для дітей, товари для спорту, товари для саду та городу та ін.), тобто організовується продаж товарів для певного контингенту покупців або для задоволення певного комплексу потреб.

Практика організації самообслуговування виробила такі рекомендації превентивного характеру:

1. Розміщувати запаси товарів на одному рівні з торговим залом.
2. Ізолювати приміщення для приймання товарів від комор, камер.
3. Не провозити запаси товарів через службовий вхід.
4. Мати планування торгового залу у формі прямокутника.
5. Розташовувати обладнання для викладання товарів на одній осі з касами.
6. Розташовувати найбільш зручні для крадіжок товари в зоні ефективного спостереження.
7. Розташовувати поряд з входом-виходом засклену кабіну адміністратора, при цьому вона повинна бути на кілька сходин вище від рівня підлоги.
8. Застосовувати прозору упаковку товарів і достатньо жорсткі етикетки, які не відклеюються.
9. Перекривати перегородки і стійки обладнання дзеркалами, особливо випуклими.
10. Використовувати настінні дзеркала спеціального призначення, котрі в торговому залі представляють собою звичайне дзеркало, а зі сторони неторгових приміщень є прозорим склом, через яке добре проглядається торговий зал
11. Встановлювати при вході в магазин турнікет, який діє тільки в одному напрямі.
12. Використовувати промислове телебачення та інші засоби контролю за оглядом і відбором товарів.
13. Застосовувати тактовні форми виховного впливу на покупців.

Соціальний та економічний ефект самообслуговування полягає в тому, що застосування цього методу продажу дозволяє суттєво скоротити витрати часу населення на придбання товарів (за рахунок скорочення часу на очікування обслуговування в черзі); поряд з тим самообслуговування не тільки дозволяє збільшити вільний час населення, але й створює умови для підвищення пропускної спроможності магазинів, нарощування обсягів продажу товарів, покращання використання торгових площ і торгово-технологічного обладнання магазину, раціоналізації використання торгового персоналу.

3. Задача № 3

Умова: ТОВ "Катерина" має можливість укласти договір на поставку у плановому році 240 000 у.б. майонезу "Провансаль" із Львівським масложирокомбінатом на умовах передоплати АТ "Львівхолод" на умовах післяплати. Оптово-відпускна ціна 1 у.б. майонезу з масложирокомбінату –– 2 грн., з АТ "Львівхолод" –– 2,2 грн. Поставка товарів буде здійснюватись 2 рази в місяць рівномірними партіями. Для здійснення передоплати ТОВ "Катерина" буде вимушена брати кредит в банку під 60% річних.

Кому із ймовірних постачальників ТОВ "Катерина" слід надати перевагу.

##### Розв’язання:

1. Розраховуємо розмір однієї поставки: Поставка здійснюється двічі на місяць, тобто 24 рази на рік. 240 000 / 24 = 10 000 у.б.

2. Розрахунок вартості партії за умови взяття кредиту на одну поставку:

Припустимо, що передоплата здійснюється щоразу перед поставкою товарів, а значить кредит в банку беремо на одну поставку. Тоді щоразу за передоплату ТОВ "Катерина" має сплатити банку певну суму за користування кредитом. Кредит надається під 60 % річних, тоді відсоткова ставка кредиту на місяць становить 60 % / 12 міс = 5 %/міс., що в свою чергу складає 2,5 % за одну поставку.

Таким чином, вартість однієї поставки для ТОВ "Катерина" становить:

АТ "Львівхолод": 10 000 \* 2,2 = 22 000 (грн.)

Масложирокомбінат: 10 000 \* 2,0 = 20 000 (грн.)

Вартість кредиту: 20 000 \* 2,5 % = 500 (грн.)

Вартість замовлення однієї партії на масложирокомбінаті складає 20 000 + 500 = 20 500 (грн.). Тобто, економічно вигідно брати кредит і надати перевагу масложирокомбінату за умови, що банк погодить давати кредит ТОВ "Катерина" на півмісяця, а передоплата здійснюється перед кожною поставкою.

3. Розрахунок вартості партії за умови взяття кредиту на один місяць:

Припустимо, що передоплата здійснюється не за кожну поставку а за місяць роботи (дві поставки). Беручи кредит на місяць, маємо відсоткову ставку за користування ним 5 %, обсяг поставки 20 000 у.б.

Таким чином, вартість двох поставок для ТОВ "Катерина" становить:

АТ "Львівхолод": 20 000 \* 2,2 = 44 000 (грн.)

Масложирокомбінат: 20 000 \* 2,0 = 40 000 (грн.)

Вартість кредиту: 40 000 \* 5 % = 2 000 (грн.)

Вартість місячного замовлення на масложирокомбінаті 40 000 + 2 000 = 42 000 (грн.). Тобто, економічно вигідно брати кредит і надати перевагу масложирокомбінату за умови, що банк погодить давати кредит ТОВ "Катерина" на місяць, а передоплата здійснюється за один місяць.

4. Розрахунок вартості партії за умови взяття кредиту на два місяці:

Припустимо, що передоплата здійснюється за два місяці роботи (чотири поставки). Беручи кредит на два місяці, маємо відсоткову ставку за користування ним 10 %, обсяг поставки 40 000 у.б.

Таким чином, вартість двох поставок для ТОВ "Катерина" становить:

АТ "Львівхолод": 40 000 \* 2,2 = 88 000 (грн.)

Масложирокомбінат: 40 000 \* 2,0 = 80 000 (грн.)

Вартість кредиту: 80 00 \* 10 % = 8 000 (грн.)

Вартість місячного замовлення на масложирокомбінаті 80 000 + 8 000 = 88 000 (грн.). Таким чином за умови здійснення передоплати за два місяці наперед економічна вигода від вибору будь-якого з двох варіантів постачальників є однаковою. Байдуже якого постачальника обирати.

Висновок: За умови здійснення передоплати щомісяця чи двічі на місяць (перед кожною поставкою), зі згоди банку на таке кредитування, економічно вигідно надати перевагу масложирокомбінату. При цьому слід врахувати, що чим менший термін, на який оформлено кредит, тим більшу економічну вигоду отримує ТОВ "Катерина". За умови незгоди банку на кредитування строком від півмісяця до двох місяців економічно вигідно надати перевагу АТ "Львівхолод", адже вже за умови взяття кредиту на два місяці вартість замовлення в обох постачальників однакова. За умови взяття кредиту терміном більше ніж на два місяці доцільно відмовитись від кредиту та обрати постачальником АТ "Львівхолод".

Висновки

До матеріально-технічної бази підприємства оптової торгівлі належить:

1.обладнання для зберігання товарів:

Для укладання і зберігання тарно-штучних вантажів широко застосовуються стелажі (універсальні, спеціальні) і піддони.

Для зберігання навалювальних і насипних вантажів (куховарської солі, будівельних матеріалів, зерна і т. д.) здійснюють в бункерних пристроях і засіках.

Для наливних вантажі (рослинні масла, нафтопродукти т. п.) зберігають в резервуарах (баках), а також в бочках, бідонах і т.п.

2.підйомно-транспортне обладнання:

Вантажопідйомні машини і механізми: крани, вантажні ліфти, лебідки і електричні талі. Крани призначені для переміщення вантажів у вертикальному і горизонтальному напрямах. Їх підрозділяють на мостові і консольні, козлові і автомобільні, крани-штабелери.

Транспортуючі машини і пристрої конвейєри, гравітаційні пристрої, вантажні напільні візки і деякі інші види обладнання.

Навантажувально-розвантажувальні машини — вилочні навантажувачі і штабелери — призначені для виконання навантажувально-розвантажувальних робіт, внутрішньоскладського переміщення і складування вантажів. Вилочні навантажувачі діляться на електронавантажувачі і автонавантажувачі.

3.ваговимірювальне та фасувальне обладнання:

Ваги, що використовуються на складах, діляться на гирьові, шкальні, шкально-гирьові, циферблати, напівавтоматичні і автоматичні. Крім того ваги підрозділяють на наступні різновиди: вагонні, автомобільні, кранові, товарні (платформені), настільні (звичайні, циферблатні, електронні). Для оснащення складів частіше всього використовують платформені пересувні і стаціонарні ваги.

На оптових базах широко використовується різне фасувальне обладнання. За призначенням воно ділиться на обладнання для фасування і упаковки бакалійних товарів (автоматичні дозатори, механізовані потокові лінії) і обладнання для фасування і упаковки картоплі, овочів і фруктів (напівавтоматичні ваги і лінії для фасовки і упаковки).

Самообслуговування — це прогресивний метод продажу, при якому покупці мають вільний доступ до всіх товарів, відкрито викладених у торговому залі магазину на пристінному та острівному обладнанні, і повну можливість самостійно оглядати і вибирати товари без допомоги продавця, а оплачувати покупки у вузлі розрахунку, розташованому при виході з торгового залу магазину.

Основними принципами продажу товарів за методом самообслуговування є:

* максимальне скорочення операцій обробки товарів у зоні обслуговування або на робочому місці продавця;
* наближення товарів до покупців і створення їм найкращих умов для вільного ознайомлення з товарами та їх відбору:
* об'єднання в одному пункті операцій з розрахунку за продані товари і відпуску їх покупцям;
* розташування вузла розрахунку біля виходу з торгового залу;
* необмежений доступ покупців у торговий зал і вільний доступ до всіх викладених у торговому залі товарів;
* обов'язкова наявність цінників на всіх реалізовуваних товарах;
* можливість самостійно оглядати і відбирати товари без допомоги продавця;
* можливість у будь-який момент отримати консультацію або допомогу з боку продавця при виборі товару;
* використання для відбору і доставки товарів у вузол розрахунків інвентарних корзин або візків;
* орієнтація покупця в торговому залі завдяки застосуванню рекламних засобів, інформаційних вказівників, визначеної системи розміщування торговельного обладнання;
* чіткий розподіл в магазині вхідних і вихідних потоків покупців;
* висока питома вага товарів, реалізовуваних у торговому залі магазину за методом самообслуговування (на рівні не нижче 70 %).

Самообслуговування може бути повним або частковим. При повному самообслуговуванні всі товари продають за цим методом, при частковому — деякі товари продають безпосередньо продавці через прилавок обслуговування. Як правило, розрахунки за ці товари теж ведуться через вузли розрахунку.

У невеликих магазинах самообслуговування, які мають прилавок обслуговування, всі товари оплачуються через цей прилавок. Продавець прилавка обслуговування спочатку підраховує вартість товарів, відібраних покупцем в залі, а потім відпускає товари через прилавок, додаючи їх вартість до раніше підрахованої суми. При цій системі розрахунків прилавок обслуговування розташований біля виходу з торгового залу.

Розрахунки за товари, куплені у продовольчому магазині самообслуговування, у тому числі і за відпущені продавцем через прилавок, проводиться тільки в єдиному вузлі розрахунків та контролю.

Не дозволяється вимагати від покупців попередньої оплати товарів, які продані через прилавок у торговельному залі магазину самообслуговування, а також перевіряти при виході з магазину покупки після сплати за них у вузлі розрахунків та контролю (подвійний контроль).

У непродовольчих магазинах самообслуговування використовують централізовану і децентралізовану форми розрахунків на лініях обладнання.

При централізованій формі розрахунків покупець сплачує за товари, підібрані ним у різних секціях магазину, у будь-якій з кас єдиного вузла розрахунку та контролю, що розташований, як правило, біля виходу з магазину. У багатоповерхових спорудах магазинів розрахунки проводяться у вузлі розрахунків та контролю, який розташований біля виходу з поверху. При децентралізованій формі розрахунків покупці оплачують покупки у касах, розташованих у середині та кінці ліній обладнання.

Найбільш раціональним є лінійне планування торговельного залу, яке створює найкращі умови для згрупування і розташування товарів, і збільшує демонстраційну площу. При такому плануванні більш ефективно використовуються внутрішні засоби реклами та інформації, раціональніше регулюється потік покупців. При розташуванні товарних секцій необхідно враховувати частоту попиту на товари окремих груп, комплектність придбання, розміри і вагу товарів, що пропонуються для продажу, стабільність їх асортименту.

Товарний асортимент у магазинах самообслуговування бажано формувати у два етапи. На першому етапі встановлюється груповий асортимент товарів і визначається його структура, а на другому — залежно від товарних груп, визначається кількість видів, найменувань товарів і оптимальна кількість їх різновидностей, тобто розширений асортимент. У продажу непродовольчих товарів методом самообслуговування основою для формування товарного асортименту є форма спеціалізації підприємства. Умовою правильного формування асортименту є комплексна пропозиція товарів, яка включає згрупування за призначенням у споживчі комплекси.

Запровадження скануючих пристроїв і електронно-обчислювальних машин ще більше прискорює розрахунки з покупцями і забезпечує збір додаткової корисної інформації для підприємств торгівлі. Удосконалені електронні контрольно-касові апарати мають ряд технічних особливостей, які значно спрощують роботу контролера-каспра. Центральне місце в складі автоматизованої системи управління торговим підприємством у разі застосування такої технології мас касовий термінал, який об'єднує в єдиному корпусі комп'ютер, клавіатуру, принтер чекової та контрольної стрічки, зчитувач магнітних карт, дисплей покупця і касовий ящик.

Додаткові послуги, які надаються покупцям у магазині самообслуговування, можна поділити на:

* послуги, пов'язані з продажем товарів (продаж товарів на виплат, розкрій тканин, дрібна переробка виробів, нескладний ремонт товарів, граверні роботи, упакування товарів, придбаних у різних секціях універмагу);
* комплектування подарункових наборів з товарів, що є у продажу, доставка товарів на вказану адресу;
* послуги культурно-побутового характеру (інформаційні бюро, камери схову, театральні каси, фотоательє, кафетерій, ощадна каса, стоянка для автотранспорту, відділення зв'язку).

Недоліки в організації продажу товарів при застосуванні даного методу:

* вузькість асортименту товарів і недостатні обсяги промислового фасування-товарів;
* неповне використання площі торгового залу для встановлення обладнання;
* нераціональне планування торгового заду;
* недостатня кількість кабін контролерів-касирів і наявність черг у вузлах розрахунку;
* безсистемне розміщення товарів у торговому залі;
* завищення чисельності й неефективне використання праці персоналу;
* "подвійний" контроль;
* переважна частка продажу через прилавок обслуговування деяких товарів (в основному м'ясних, рибних, гастрономічних) у торгових залах самообслуговування.

Однією з визначальних причин є зростання втрат товарів, пов'язаних з забудькуватістю покупців, крадіжками товарів ними та службовим персоналом магазинів і постачальників.

Забезпеченню збереження товарів у магазинах самообслуговування сприяє використання таких методів, як:

* установлення відеокамер і телевізійних систем, які передають зображення на екран, а працівник магазину у спеціальному приміщенні наглядає за тим, щоб своєчасно поповнювались товарні запаси і покупці не могли залишити магазин, не розрахувавшись чи придбаний товар:
* визначення кількості та складу матеріально відповідальних осіб, організація контролю за збереженням товарно-матеріальних цінностей.

Соціальний та економічний ефект самообслуговування полягає в тому, що застосування цього методу продажу дозволяє суттєво скоротити витрати часу населення на придбання товарів; поряд з тим самообслуговування не тільки дозволяє збільшити вільний час населення, але й створює умови для підвищення пропускної спроможності магазинів, нарощування обсягів продажу товарів, покращання використання торгових площ і торгово-технологічного обладнання магазину, раціоналізації використання торгового персоналу.

### Список використаної літератури

1. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. Організація торгівлі: Підручник; 2-ге видання, прероблене і доповнене /За ред. В. В. Апопія. –– К.: ЦНЛ, 2005. –– 616 с.
2. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва: Навчальний посібник. –– К.: ЦУЛ, 2006. –– 780 с.
3. Зубкова И. Н. Организация торговли непродовольственными товарами. –– М.: Дашков и К, 2000. –– 218 с.
4. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг /За ред. проф. Апопія В. В., проф. Гончарука Я. А. –– Львів: Видавництво ЛКА, 2001. –– 450 с.
5. Новиков М. Л. Организация торговли непродовольственными товарами. –– М.: Экономика, 1989. –– 239 с.
6. Панкратов Ф. Г., Серьогіна Т. К. Комерційна справа: навчальний посібник для вузів. –– Рівне: Вертекс, 2002. –– 352 с.
7. Войцеховский О. Что такое магазин самообслуживания // Маркетинг и Реклама, 2001. –– № 5-6. –– с. 46-52.
8. Войцеховский О. Выбор формата торговли для украинского рынка// Маркетинг и Реклама, 2001. –– № 5-6. –– с. 40-46.
9. Фильченков Д. Организация объектов самообслуживания // Маркетинг и Реклама, 2002. –– № 5-6. –– с. 56-59.