**Тема 3. Подготовка непродовольственных товаров к продаже, размещение и выкладка**

**Практическая работа 7**

**Тема Определение потребности в торговом инвентаре**

**Цель:** научиться определять необходимые виды инвентаря для торговли непродовольственными товарами.

**Методические указания** Важным дополнением торгово-технологического оборудования магазинов является торговый инвентарь, к которому относятся различные инструменты, приборы, приспособления, устройства, применяемые для показа и обработки товаров в процессе обслуживания покупателей, а также для различных вспомогательных и хозяйственных операций.

По назначению торговый инвентарь классифицируется на следующие признаки и группы.

Для вскрытия деревянных ящиков используют молотки, клещи, гвоздодеры обыкновенные и трубчатые, а также комбинированные инструменты: гвоздодер-молоток, гвоздодер-ножницы, молоток-топорик-гвоздодер и др.

К инвентарю для проверки качества непродовольственных товаров относятся лупы, щитки для проверки электроприборов и электроарматуры. Лупы применяют для просмотра структуры тканей, трикотажа, ювелирных изделий и др.

К инвентарю для подготовки к продаже непродовольственных товаров относят утюги, гладильные доски, щетки для чистки одежды, электропылесосы, ножницы, совки, стеклорезы и линейки для резания стекол, гаечные ключи, отвертки.

К инвентарю для выкладки непродовольственных товаров относятся лотки, корзины, кассеты, планшеты с образцами товаров, плечики для одежды и др. .

Инвентарь для продажи товаров на рабочем месте продавца объединяет режущие инструменты (ножи, топоры, ножницы) и инструменты для взятия товаров (совки, лопатки, щипцы, ложки, ковши). Для отпуска гвоздей и шурупов, уложенных навалом в ящиках, применяют приспособление, которое состоит из электромагнита. С помощью его захватывают определенное количество гвоздей и шурупов и переносят на весы.

Инвентарь для рекламы товаров используют в торговых залах магазинов. Рекламно-выставочный инвентарь включает простейшие средства торговой рекламы, применяемые для информации о продаваемых товарах, показа их в наиболее удобном для обзора виде, оформления прилавков, витрин и интерьеров магазинов. В зависимости от назначения, конструкции и применяемых для изготовления материалов рекламно-выставочный инвентарь можно подразделить на витринно-выставочный инвентарь, манекены и полуманекены, подставки и держатели для ткани, кассеты для зонтов и др.

Инвентарь для обслуживания покупателей включает корзины и тележки для отбора товаров покупателями, подставки и рожки для примерки обуви, кольца-измерители, примерочные зеркала, мягкие и жесткие метры, шпагаторезки, держатели для склеивающей ленты и т. д.

. Корзины для отбора товаров покупателями изготовляют из проволоки или пластмассы. Подставка для примерки обуви состоит из опорных стоек, на которых наклонно укреплена деревянная площадка, покрытая линолеумом. Размеры подставки, мм: длина - 300, ширина - 300, высота - 280. Рожки для примерки обуви изготовляют из стали или пластмассы. Кольца-измерители необходимы для определения размеров головных уборов. Они состоят из обода, шкалы с делениями, ручки, упорного хомутика и двух предохранительных скоб. Для определения размера кольцо-измеритель вставляют внутрь головного убора. Мягкие метры (сантиметры) выпускают длиной 1,5 м. С обеих сторон мягкий метр имеет деления, а на концах - металлические наконечники. Его применяют при определении размеров тканей, одежды и других товаров. Шпагаторезки (наприлавочные и подвесные) используют при обвязке упакованных товаров.

Для подсчета денег и расчетов с покупателями используют машины для пересчета денежных купюр, монетницы (тарелки для монет), губочницы для смачивания пальцев при подсчете денег, микрокалькуляторы, наколки для чеков и др.

**Задание 1.** Дайте характеристику предложенным образцам торгового инвентаря согласно признакам классификации. Результаты задания запишите в таблицу по следующей форме:

|  |  |
| --- | --- |
| Признак классификации | Группы инвентаря |
| Для вскрытия и упаковки |  |
| Для проверки качества товаров |  |
| Для подготовки товаров к продаже |  |
| Для выкладки и показа товаров |  |
| Для продажи товаров  |  |
| Для рекламы товаров  |  |
| Для подсчета денег |  |
| Для вспомогательных операций |  |

**Задание 2**. Составьте перечень торгового инвентаря для оснащения магазинов «Обувь», «Ткани», «Хозяйственные товары».

**Практическая работа 8**

**Тема Определение эффективности использования торговой площади**

**Цель**: научиться определять технико-экономические показатели эффективности использования магазинов.

**Методические указания**

Устройство и планировка торгового зала должны отвечать требованиям рациональной организации совершаемых здесь операций. Для эффективного использования торговой площади магазина рассчитываются следующие показатели:

**- установочная площадь** — это площадь, занимаемая под установку оборудования и крупногабаритных товаров, размещаемых на полу. Обычно для этих целей отводится 27-30 % площади торго­вого зала;

**-коэффициент установочной площади** определяется как отношение площади оснований торгово-технологического оборудования к площади торгового зала магазина \*100%. Коэффициент должен быть равен от 27 до 33¸35%.



где К у — коэффициент установочной площади; S у — установоч­ная площадь, м2; S т. з. — площадь торгового зала, м2;

**-площадь выкладки (демонстрационная)** исчисляется как сумма площадей всех элементов оборудования (полок, корзин, кассет, перфорированных щитов, панелей), на которых могут быть выложены товары. Сюда же включается и площадь, заня­тая под установку крупногабаритных товаров;

**- коэффици­ент использования площади торгового зала под выкладку то­варов** определяется как отношение площади выкладки това­ров к площади торгового зала:



где К выкл — коэффициент использования площади торгового за­ла под выкладку товаров; S выкл - площадь выкладки товаров, м2; S т. э — площадь торгового зала, м2. Коэффициент должен быть равен от 70%-75%.

**Пример решения задачи.**

**Задача.**Рассчитать установочную площадь, если в магазине «Одежда» с торговой площадью 45м2 расположены следующим образом:

1. Горки пристенные четырёхъярусные 12 шт. размер 1400\*490 мм.
2. Горки островные трёхъярусные 7 шт. размер 900\*600 мм.
3. Столы 4 шт. размер 1200\*800 мм.

Площадь каждого яруса одинакова.

Определите эффективность использования торговой площади магазина «Одежда» и сделайте выводы (рассчитать коэффициент установочной площади, рассчитать коэффициент демонстрационной площади)

**Решение.**

**1.** **Рассчитать установочную площадь магазина «Одежда».**

Площадь под горками пристенными 12х(1,4м х 0,49м) = 8,23м2

Площадь под островными горками 7х (0,9м х 0,6м) = 3,78 м2

Площадь под столами 4 х (1,2м х 0,8м) = 3,84 м2

Установочная площадь - 8,23м2+ 3,78 м2 + 3,84 м2 = **15,85 м2**

**2. Рассчитать демонстрационную площадь магазина «Одежда».**

а) площадь демонстрационная пристенных горок:

площадь демонстрационная одной пристенной горки- 4 х (1,4м х 0,49м) = 2,7 м2

площадь демонстрационная 12 пристенных горок – 12 х 2,7 м2= **32,4 м2**

б) площадь демонстрационная островных горок:

площадь демонстрационная одной островной горки – 3х (0,9м х 0,6м) = 1,62 м2

площадь демонстрационная 7 островных горок – 7 х 1,62 м2 = **11,34 м2**

в) площадь демонстрационная 4 столов – 4 х (1,2м х 0,8м) = **3,84 м2**

Площадь демонстрационная магазина «Одежда» - 32,4 м2+ 11,34 м2 + 3,84 м2 **= 47,58 м2**

**3**. **Рассчитать коэффициент установочной площади магазина «Одежда»**



Ку = (15,85 м2/ 45м2) х 100% = 35,2%

**4.Рассчитать коэффициент демонстрационной площади магазина «Одежда»**



Квык = (47,58 м2/45м2) х 100% = 105,7%

Выводы: коэффициент установочной площади магазина «Одежда» - 35,2%, что превышает норму (от 27 до 33¸35%);

коэффициент демонстрационной площади магазина «Одежда» - 105,7%, что тоже превышает норму (70%-75%), поэтому можно сделать вывод о том что, в магазине «Одежда» необходимо убрать некоторые виды оборудования, так как оно мешает правильной организации покупательских потоков.

**Задание.** Магазин «Обувь» осуществляет розничную продажу непродовольственных товаров. Общая площадь магазина –250 м2, торговая –100 м2. В магазине установлено

* 15 горок (площадь нижнего яруса 1,2\*0,6 м2, трех остальных 1,2\*0,4 м2,
* 8 горок (площадь нижнего яруса 0,8\*0,4м2, двух остальных 0,8\*0,3 м2),
* 30 двухярусных горок (площадь основания 3,4\*0,4 м2).

Определите эффективность использования торговой площади магазина «Обувь» и сделайте выводы.

**Практическая работа 9**

**Тема Определение способов выкладки в магазине непродовольственных товаров.**

**Цель**: научиться выбирать наиболее эффективный способ выкладки.

**Ответить на вопросы:**

1.Что понимается под размещением товаров в магазине?

2.Какие правила следует применять при размещении товара

3.Что собой представляет выкладка товара в магазине?

4.Какие виды выкладки применяются в магазинах **непродовольственных товаров?**

5.В чём заключаются преимущества и недостатки горизонтальной выкладки?

6. В чём заключаются преимущества и недостатки вертикальной выкладки?

**Задание1.**Определите, какой способ выкладки представлен на схеме. Охарактеризуйте преимущества данного способа.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товары фирмы А | Товары фирмы В | Товары фирмы С | Товары фирмы D |

**Задание2.**.Определите, какой способ выкладки представлен на схеме. Охарактеризуйте преимущества данного способа.

|  |
| --- |
| Наборы кастрюль фирмы А |
| Наборы кастрюль Б |
| Наборы кастрюль фирмы В |
| Наборы кастрюль фирмы С |

**Задание3.**Определите, какой способ выкладки представлен на схеме. Охарактеризуйте преимущества данного способа.

|  |
| --- |
| Посуда металлическая |
| Посуда стеклянная |
| Посуда керамическая |
| Посуда из пластмасс |

Оценка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись преподавателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_