

Торговое дело

080300.62 «Коммерция», 080301.65 «Коммерция» (Торговое дело)

Институт Международного Бизнеса и Экономики

Безруков И.С., профессор, д.э.н. кафедры маркетинга и коммерции

Торговое дело





Тема 9: «Розничная торговая сеть»

- 9.1. Основные понятия
- 9.2. Классификация розничной сети
- 9.3. Специализация и типизация магазинов
- 9.4. Торговые сети и основные принципы размещения магазинов

9.1. Основные понятия

- Торговое предприятие – имущественный комплекс, для купли и продажи товаров и оказания услуг торговли

Признаки классификации торгового предприятия:


-особенности устройства

-виды и типы предприятия торговли

-формы торгового обслуживания

-тип здания и особенности объемно планировочных решений

-функциональные особенности предприятия



По особенностям устройства подразделяют:

- магазины
- павильоны
- киоски
- палатки
- автомагазины



Магазин

- Специально оборудованное стационарное здание, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспечение торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещения для приема, хранения и подготовки товаров к продаже



Павильон

- Строение легкой конструкции, как и киоски, относится к мелко-розничной торговой сети, имеющее торговый зал и помещение для хранения товаров. 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 рассчитан на один день



Автомагазины

- Обслуживают жителей небольших населенных пунктов, а также на полевых станах, отгонных пастбищах и т.д.

Вид предприятия розничной торговли

- Предприятие классифицированное по ассортименту товаров. Различают универсальные, специализированные магазины, а также с комбинированным и смешанным ассортиментом

Тип предприятия розничной торговли





Особенности объемно-планировочного решения типа здания:

- отдельно стоящие здания
- встроенно-пристроенные и торговые комплексы
- одноэтажные здания
- многоэтажные здания
- с подвалом и без него



По функциональным особенностям делятся на:

-стационарные

-передвижные

-сезонные

-посылочные

-комиссионные

-торговые комплексы

-торговые центры

Торговый комплекс

-совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и широкий набор услуг, а также имеющих инженерное обеспечение, охрану торговых объектов и т.д.



Торговый центр

- Совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и услуг, расположенных на единой территории и имеющих стоянку для автомашин


Основные торговые функции магазинов:

- изучение покупательского спроса
- составление заявок на завоз товаров
- формирование ассортимента товаров
- реклама товаров и услуг



Технологические функции магазинов:

- прием поступающих в магазин товаров по количеству и качеству
- хранение товаров
- фасовка, упаковка товаров и д.р.
- внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров в зале
- продажа товаров, предварительный прием заказов, доставка товаров на дом



9.2. Классификация розничной торговой сети



Вся розничная сеть классифицируется по признакам:

1. По стационарности
2. По товарно-ассортиментному профилю
3. По размещению
4. По материально-технической базе
5. По формам продажи и методам обслуживания



По стационарности подразделяется:

- на стационарную (в стационарных зданиях и сооружениях)
- на полустационарную (палатки, ларьки, павильоны)
- передвижную (автомагазины)

По товарно-ассортиментному профилю:

- *универсальная* (универмаг, гипермаркет, супермаркет, гастроном, универсам), где реализуются товары всех групп продовольственных и непродовольственных;
- *специализированная* на торговле товарной группы, одной подгруппы, на потребительских комплексах;
- *смешанная* (товары повседневного спроса)



По размещению

- на сеть общегородского назначения
- на сеть жилых и спальных районов



По материально-технической базе:

- отдельно-стоящие здания
- встроенная в жилое помещение
- встроенно-пристроенная к жилому или административному зданию
- пристроенная

По формам продажи и методам обслуживания:

- самообслуживание
- продажа через прилавок
- салонная или индивидуальная продажа
- по образцам
- по заказам
- с использованием автоматов
- по почте
- интернет торговля

9.3. Специализация и типизация магазинов



Специализация осуществляется по:

товарному
признаку

формам торгового
обслуживания

функциональной
роли

С учетом специализации магазины делятся на виды:

- *универсальные* (универмаг, универсам и т.д.)
- *специализированные* (узкая специализация)
- *комбинированные* (мясо, рыба, товары для женщин и т.д.)
- *смешанные* (не связаны общностью спроса)




К типу магазина относятся:


- ассортиментный профиль
- размер торговой площади
- применяемая форма торгового обслуживания


Основные признаки, характеризующие типы универсальных магазинов

Тип	Торговая площадь, м ² , не менее	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания
Гипермаркет	5000	Универсальный ассортимент Продовольственных и непродовольственных товаров	Преимущественно самообслуживание



Показатели, характеризующие качество розничной торговой сети:

- 
1. Плотность торговой сети – количество торговых единиц на 10 тыс. жителей
 2. Обеспеченность населения розничной торговой сетью – торговая площадь, приходящаяся на 1000 жителей
 3. Уровень специализации розничной торговой сети – отношение кол-ва специализирован. предприятий торговли к общему количеству
 4. Общая численность торговых предприятий
 5. Средняя торговая площадь магазинов



Методы размещения розничной торговой сети:

1. *Равномерный* – с целью максимального приближения к населению (радиус -500м)
2. *Концентрический* – выделяют магазины общегородского типа и тип спальных районов
3. *Групповой метод* – предполагает создание торговых улиц, торговых центров



Требования к планировке магазина:

1. Планировка должна создавать для покупателей условия беспрепятственного выбора товаров в короткий срок
2. Планировка должна обеспечить максимальный обзор выложенных товаров
3. Общая площадь магазина складывается из трех зон: торгового зала, подсобной зоны и фасада магазина



9.4. Торговые сети и основные принципы размещения магазинов


В последние годы получили развитие розничные торговые сети или совокупные торговые предприятия под общим управлением. Различают транснациональные и общенациональные сети.


Сети образуются за счет:

- поглощения (покупки) существующей торговой сети
- занятия торговой свободной ниши
- агрессивного проникновения (покупка существующих объектов, модернизации)
- ассортиментного проникновения –создания специализированных торговых предприятий

Условия создания розничных торговых сетей:

- концентрация аппарата управления сетью в едином центре
- централизация коммерческой деятельности по закупкам товаров
- сокращение коммерческих функций в магазинах и передача их менеджерам центра

- 
- внедрение количественно-стоимостного учета торговой сети
 - оснащение современными контрольно-кассовыми аппаратами
 - использование методов штрихового кодирования
 - внедрение информационных систем по модели управления




Существуют следующие модели
управления розничных торговых
сетей:

«Инвестиционная» модель

«Холдинговая» модель

«Лоточная» модель

«Гибридная» модель



Основные принципы рационального размещения торговых предприятий:

Равномерность размещения

Групповое размещение

Ступенчатость размещения



В состав «торговых цепей» входят:

-супермаркеты

-гипермаркеты

-магазины-дискауты