

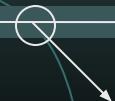
Торговое дело

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

- Составность 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-пристроечная 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 слагается 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 управление. 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 различных 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-дискаути