

РОЗНИЧНОЕ ТОРГОВОЕ
ПРЕДПРИЯТИЕ.
КЛАССИФИКАЦИЯ И ТИПЫ.

РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ – осуществляют
продажу товаров и оказание услуг
покупателям для личного, семейного
использования, не связанного с
предпринимательской
деятельностью.

Цель коммерческой деятельности
розничного предприятия – получение
прибыли.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ РОЗНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1. Удовлетворение
покупательского спроса по объему и
структуре;
2. Организация соответствующего
уровня обслуживания населения с
предоставлением населению
разнообразных услуг.

Классификация розничных предприятий

1. По стационарности

- * Стационарные
- * Полу стационарные
- * Передвижные

2. По ценовой политике:

- * Магазины склады;
- * Магазины сниженных цен;
- * Магазины демонстрационные залы

Специализация торговой сети – это ограничение деятельности отдельных предприятий по торговле отдельными группами товаров.

3. по видам в зависимости от ассортимента

1. Универсальные магазины (универмаг, универсам, гипермаркет, гастроном и т.д.)
2. Специализированные прод. магазины (рыба, мясо, молоко, хлеб)
3. Специализированные непрод. магазины (одежда, обувь, ткани, мебель, хоз. товары)
4. Неспециализированные прод. магазины (продукты, минимаркет...)
5. Неспециализированные непрод. магазины (все для дома, товары для

Предприятия розничной торговли подразделяются на типы. Тип определяется в зависимости от трех признаков:

- Торговая площадь,
- Ассортимент;
- Форма обслуживания.

Например, типы: универмаг, гипермаркет, магазин-склад, гастроном, продукты, мебель и т.д.

4. По форме обслуживания:

- Самообслуживание
- По предварительным заказам.
- С открытой выкладкой
- Через прилавок;
- Торговля по образцам (мебель, быт. техника).

- Консультативная продажа (платные консультации).
- Продажа по телефону (кирби)
- Парадоксальная или групповая продажа .
- По дисконтным картам.

- самообслуживание - покупатели самостоятельно осматривают, отбирают и доставляют отобранные товары к единому узлу расчета; предусматриваются типовое торговое оборудование, минимум услуг;
- продажа товаров по предварительным заказам(каталогам) - покупатели предварительно заказывают необходимые товары из числа имеющихся в продаже и получают их в обусловленное время в магазине, на дому или по месту работы;

- продажа с открытой выкладкой - покупатели знакомятся с ассортиментом самостоятельно, имеют свободный доступ к товарам, открыто выложенным на рабочем месте продавца, самостоятельно отбирают их, а продавец проверяет качество, дает консультации, упаковывает и отпускает товары. Так можно продавать игрушки, электронагревательные приборы, фарфорово-фаянсовую посуду, отдельные фасованные прод-е товары и т.д. По сравнению с торговлей ч/з прилавков этот метод более удобен, т.к. позволяет знакомиться с товаром сразу несколькими покупателями, это ускоряет процесс продажи и увеличивает пропускную способность магазина.

- продажа через прилавок – покупатели не имеют свободного доступа к товарам, обслуживание и консультирование производится непосредственно продавцом. Оплачиваются товары непосредственно на рабочем месте продавца или в едином узле расчета.

- продажа товаров по образцам - покупатели самостоятельно или с помощью продавца знакомятся с выставленными в торговом зале образцами товаров; после выбора и оплаты товара он может быть доставлен на дом покупателю или вручен непосредственно со склада магазина;
- консультативная продажа - покупателей обслуживает продавец, являющийся одновременно и консультантом; используется при предоставлении инженеринговых услуг, в строительстве, информатике;

- продажа по телефону - активная, свободная продажа товаров, когда продавец зазывает клиента, рекламируя товар по телефону; используется для реализации товаров через торговых агентов;
- парадоксальная (групповая) продажа - основана на выслушивании, проявлении взаимопонимания, выявлении общих точек зрения, что является предпосылкой для реализации товара; продавец выполняет роль хозяйки, ведущей