**МДК 01.01 ОКД- 4 ЧАСА**

**28.09.2020**

**Тема: Сущность и особенности коммерческой работы на предприятиях розничной торговли-2 часа**

**Задание: составьте конспект темы**

На предприятиях розничной торговли происходит завершение торгово-технологического процесса товародвижения. Отношения, возникающие на этом этапе коммерческой деятельности между продавцом и покупателем, строятся на основе *договора розничной купли-продажи,* в соответствии с которым *продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар для использования в целях, не связанных с предпринимательской деятельностью, т. е. для личного, семейного, домашнего и другого подобного использования.*

Договор розничной купли-продажи является *публичным договором,* поскольку он устанавливает обязанность розничного торгового предприятия продавать товары и оказывать торговые услуги каждому, обратившемуся к нему. При этом продавец не вправе оказывать предпочтение одному покупателю перед другим, а цена товаров и услуг, как и иные условия договора, устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом или иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных их категорий.

Заключению договора предшествует *публичная оферта,* которой признается предложение товара в виде рекламы, каталогов, описаний, содержащих все существенные условия договора.

Если в месте продажи товаров (на прилавках, витринах и т. п.) выставлены сами товары, их образцы или представлены сведения о товарах (в виде каталогов, описаний, фотографий и т. п.), то это признается публичной офертой независимо от того, указаны ли цена и другие существенные условия договора розничной купли-продажи. Исключение составляет случай, когда продавец явно определил, что соответствующие товары не предназначены для продажи.

*Договор розничной купли-продажи считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.*

Кроме Гражданского кодекса РФ отношения по договору розничной купли-продажи регулируются Законом РФ “О защите прав потребителей” и принятыми в соответствии с ним иными правовыми актами (Правилами продажи отдельных видов товаров, Правилами продажи товаров дистанционным способом и др.).

***Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли* состоит из следующих основных взаимосвязанных операций:**

* **• изучение и анализ спроса покупателей;**
* **• формирование ассортимента товаров;**
* **• управление товарными запасами;**
* **• рекламно-информационная деятельность по продаже товаров.**

Специфика выполнения этих операций заключается в том, что потребителем товаров и услуг в розничной торговле является население. Следовательно, коммерческая работа здесь должна вестись с учетом многообразия психологических типов и других индивидуальных особенностей покупателей и их постоянно меняющихся потребностей.

**В основе коммерческой работы предприятий розничной торговли лежит *изучение различных видов покупательского спроса* с целью его последующего анализа и использования полученных результатов.**

Например, одной из форм проявления спроса является показатель розничного товарооборота. Анализ его структуры помогает выявить предпочтения покупателей в отношении тех или иных товаров.

Однако следует помнить, что товарооборот как выражение спроса позволяет судить лишь о реализованных потребностях покупателей. Но существуют еще и нереализованные потребности, а значит — и неудовлетворенный спрос. Причинами возникновения такого спроса могут быть как отсутствие в продаже необходимых потребителям товаров, так и слишком высокие, не соответствующие доходам населения, цены на них.

Изменение спроса может быть связано как со снижением потребности покупателей в одних и увеличением потребности в новых, заменяющих их, товарах, так и с расширением потребностей в товарах, спрос на которые уже сложился. В этих случаях говорят о формирующемся спросе.

Таким образом, при изучении спроса учитываются три его вида:

• **реализованный;**

**• неудовлетворенный;**

**• формирующийся.**

***Учет реализованного спроса***проводят для выявления фактического удовлетворения спроса населения на отдельные товары. Об объеме и структуре такого спроса судят по размеру продажи товаров. С этой целью используют материалы инвентаризаций, оперативные данные о запасах и поступлении товаров и т. д. Кроме того, применение современных контрольно-кассовых машин позволяет вести ежедневную регистрацию продажи товаров, учитывая при этом не только их наименования, но и целый ряд характеристик.

***Учет неудовлетворенного спроса*** на предприятиях розничной торговли проводится различными способами. Например, в магазинах могут вестись специальные книги, куда заносятся заявки покупателей на товары, отсутствующие в продаже. При поступлении этих товаров покупателей извещают по телефону или с помощью почтовых открыток.

Кроме того, с целью изучения неудовлетворенного спроса на розничных торговых предприятиях возможно проведение анкетных опросов покупателей.

Выявить, какие товары из отсутствующих в продаже покупатели хотели бы приобрести, помогают и беседы, проводимые продавцами в процессе обслуживания покупателей.

***Изучение формирующегося спрос****а* на товары-новинки позволяет розничным торговым предприятиям выявить отношение к ним покупателей и более точно определить потребность в этих товарах. С этой целью в магазинах проводятся выставки- продажи, на которых покупатели знакомятся со свойствами представленных товаров, получают консультации по их применению, участвуют в дегустациях и т. п.

Материалы, полученные в процессе изучения спроса, обобщаются. По результатам их анализа принимаются меры, направленные на совершенствование работы по формированию ассортимента товаров на предприятиях розничной торговли.

**Тема: Методы розничной продажи товаров-2 часа**

**Задание: составьте конспект темы**

*Характер и структура операций по продаже товаров зависят прежде всего от ассортимента реализуемых товаров и методов их продажи.*Так, на выбор товаров повседневного спроса покупатель затрачивает значительно меньше времени, чем на товары периодического или редкого спроса. В магазинах, применяющих различные методы продажи, содержание операций по продаже товаров также существенно отличается. Под такими операциями понимают совокупность приемов и способов реализации товаров покупателям.

**В розничной торговле применяют следующие *методы продажи товаров:***

**● самообслуживание;**

**● через прилавок обслуживания;**

**● по образцам;**

**● с открытой выкладкой и свободным доступом покупателей к товарам;**

**● по предварительным заказам.**

**Продажа товаров на основе самообслуживания** — один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров. Этот метод предусматривает свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределять функции между работниками магазина. Отобранные товары оплачиваются в узлах расчета, обслуживаемых контролерами-кассирами. При самообслуживании изменяются технологическая планировка торгового зала и других помещений магазина, организация материальной ответственности, товароснабжение, а также функции работников магазина.

Этот метод применяется при продаже большинства продовольственных и непродовольственных товаров. Исключение составляют бытовые электроприборы и машины, холодильники, ковры и ковровые изделия, сервизы и хрусталь, велосипеды, мотоциклы, моторы, лодки, палатки, радио- и телевизионная аппаратура, радиодетали, ювелирные изделия, часы, сувениры и некоторые другие товары, требующие других методов продажи, поскольку при выборе указанных товаров покупателям, как правило, необходимы индивидуальная помощь и консультация продавцов. Товары, требующие нарезки, упаковки и т. д., продают в магазинах самообслуживания через прилавок индивидуального обслуживания.

В магазинах самообслуживания функции работников торгового зала сводятся в основном к консультированию покупателей, выкладке товаров и контролю за их сохранностью, выполнению расчетных операций. **Процесс продажи здесь состоит из следующих основных операций:**

**● встреча покупателя и предоставление ему необходимой информации о реализуемых товарах, оказываемых услугах и т. д.;**

**● получение покупателем инвентарной корзины или тележки для отбора товаров;**

**● самостоятельный отбор товаров покупателем и доставка их в узел расчета;**

**● подсчет стоимости отобранных товаров и получение чека;**

**● оплата купленных товаров;**

**● упаковка приобретенных товаров и укладка их в сумку покупателя;**

**● возврат инвентарной корзины или тележки для отбора товаров на место их концентрации.**

Перечень этих операций может быть расширен при продаже технически сложных товаров, когда требуется помощь продавца-консультанта (его консультация, проверка исправности товаров и т. д.).

Торговый персонал должен обеспечивать строгое соблюдение установленных правил торговли. Так, не разрешается требовать от покупателей, входящих в торговый зал магазина самообслуживания, предъявления приобретенных ими в других магазинах товаров, ставить на них штампы или какие-либо отметки, а также обязывать оставлять личные вещи. При желании покупатель может оставить у входа в торговый зал хозяйственную сумку, портфель и т. д., при этом магазин обязан обеспечить их сохранность.

Отобранные товары покупатели укладывают в инвентарную корзину или тележку и доставляют в узел расчета. Здесь происходит расчет как за товары, отобранные покупателем, так и за товары, отпущенные ему через прилавок обслуживания (в магазинах, где не все товары продают по методу самообслуживания). В узле расчета покупателю вручают кассовые чеки, служащие подтверждением правильности расчетов, а в случае необходимости — основанием для обмена товаров. Запрещено устраивать двойной контроль при расчетах с покупателями. Администрация магазина имеет право проводить лишь выборочную проверку правильности оплаты и контролировать работу кассира.

Для того чтобы ускорить расчетные операции с покупателями, в магазине рекомендуется оборудовать единый узел расчета. Напряженность работы контролеров-кассиров в часы пик следует регулировать. Для расчетов с покупателями, совершившими мелкие покупки (1—2 предмета), выделяют “экспресс-кассы”. Ускорению расчетов с покупателями способствует также применение быстродействующих и автоматизированных кассовых машин, а также механизированных расчетных узлов с механизмом для автоматической выдачи сдачи, конвейером для перемещения товаров и другими устройствами, облегчающими и ускоряющими расчетные операции с покупателями. Несмотря на существенные преимущества метода самообслуживания, в период перехода к рыночным отношениям годами создававшаяся сеть магазинов самообслуживания оказалась практически полностью разрушенной. Если до начала перестройки магазинов самообслуживания было более половины от их общего числа, то в период перестройки осталось 5—7%. Основной причиной такого сокращения этих магазинов явилась их нерентабельность в связи с участившимися случаями хищения товаров.

**Продажа товаров через прилавок обслуживания включает выполнение следующих операций:**

**● встреча покупателя и выявление его намерения;**

**● предложение и показ товаров;**

**● помощь в выборе товаров и консультация;**

**● предложение сопутствующих и новых товаров;**

**● проведение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием, отмериванием;**

**● расчетные операции;**

**● упаковка и выдача покупок.**

Пришедший в магазин покупатель должен встретить приветливое отношение со стороны торгового персонала. При этом благоприятное впечатление оставляют опрятный внешний вид работников магазина, порядок и чистота в торговом зале. Выявление намерения покупателей заключается в определении их отношения к видам, сортам и другим признакам товаров. Эта операция должна выполняться торговым персоналом ненавязчиво, в вежливой форме.

После выявления намерения покупателя продавец показывает соответствующие товары. При этом он обращает внимание на особенности отдельных товаров, предлагает взамен отсутствующих другие однородные товары. Если потребуется, продавец обязан дать квалифицированную консультацию покупателю, которая может включать сведения о назначении товаров и способах их эксплуатации, нормах потребления, соответствии предлагаемых товаров современной моде и т. д. Консультация должна способствовать пропаганде новых товаров, воспитанию у потребителей эстетических вкусов. Для проведения консультаций в крупных магазинах приглашают специалистов промышленных предприятий, производящих товары народного потребления, модельеров, врачей-косметологов и других специалистов. В обязанности продавца входит и предложение покупателю сопутствующих товаров.

На выполнение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием, отмериванием, затрачивается много труда и времени. На качество их выполнения, а следовательно, и на уровень обслуживания покупателей существенно влияет квалификация торгового персонала, а также организация и обслуживание рабочего места продавца.

Завершается продажа товаров расчетом с покупателями и выдачей им покупок. Эти операции могут выполняться на рабочем месте продавца или контролера-кассира.

При продаже технически сложных товаров с гарантийным сроком службы, кроме перечисленных операций, продавец обязан сделать отметку в паспорте на изделие, выписать товарный чек и его копию вручить покупателю.

**Продажа товаров по образцам предусматривает выкладку образцов в торговом зале и самостоятельное (или с помощью продавца) ознакомление с ними покупателей.** После выбора товаров и оплаты покупки продавец вручает покупателю товары, соответствующие образцам. При этом методе продажи рабочие запасы размещают отдельно от образцов. Данный метод удобен тем, что на сравнительно небольшой площади торгового зала можно выставить образцы достаточно широкого ассортимента товаров. Как правило, этот метод применяется при продаже технически сложных и крупногабаритных товаров, а также тех товаров, которые требуют перед их отпуском покупателю отмеривания и нарезки. Этим методом осуществляют продажу бытовых холодильников, стиральных машин, осветительных, отопительных и нагревательных приборов, швейных машин, телевизоров, радиоприемников, музыкальных инструментов, мотоциклов, мотороллеров, велосипедов, мебели, тканей и других товаров.

Выставленные в торговом зале образцы товаров должны быть снабжены четко оформленными ярлыками, в которых указывают наименование товара, артикул, сорт, наименование изготовителя, цену. В случае необходимости продавцы оказывают покупателям консультативную помощь.

Продажу крупногабаритных товаров по образцам сочетают с доставкой их покупателям на дом со складов магазина, оптовых баз или промышленных предприятий — изготовителей. Это позволяет сократить потребность розничных торговых предприятий в складских помещениях, уменьшить совокупные транспортные расходы и избавить покупателей от хлопот, связанных с доставкой приобретенных товаров.

**При *продаже товаров с открытой выкладкой и свободным доступом* покупатели имеют возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные на рабочем месте продавца товары.** Их выкладывают на прилавках, стендах, в горках, вывешивают на вешалках и т. д. Функции продавца при этом методе продажи сводятся к консультированию покупателей, помощи в отборе товаров, взвешиванию, упаковке и отпуску отобранных ими товаров. Расчетные операции могут осуществляться в кассах, установленных в торговом зале или на рабочем месте продавца.

Продажа товаров с открытой выкладкой более удобна по сравнению с традиционными методами, так как многие покупатели имеют возможность одновременно знакомиться с выложенными образцами товаров, не отвлекая при этом продавцов на выполнение функций, связанных с показом товаров и информацией об их ассортименте. Применение этого метода позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазина и повысить производительность труда продавцов. Как правило, этот метод применяется при продаже тех товаров, реализация которых в магазинах самообслуживания осуществляется через прилавки обслуживания (ткани, обувь, чулочно-носочные изделия, бельевые товары, галантерея, школьно-письменные товары, посудо-хозяйственные и другие непродовольственные и некоторые продовольственные товары). Удобен этот метод и при продаже одежды. Покупатели имеют возможность самостоятельно или с помощью продавца-консультанта ознакомиться с фасонами, моделями, размерами, цветом швейных изделий, примерить их, проконсультироваться с продавцом-консультантом и сделать окончательный выбор.

При продаже товаров по этому методу особое внимание должно быть уделено размещению и выкладке их на рабочем месте продавца. Мелкие предметы выкладывают насыпью на прилавочные витрины. Более крупные товары располагают стопками на прилавке. Выкладывая товары, их группируют по видам и ценам. Выложенные товары нельзя накрывать стеклом, скреплять между собой. Товары должны быть снабжены ярлыками-ценниками, прикрепленными к ячейкам кассет специальными зажимами.

Швейные изделия на вешалках размещают по размерам, фасонам, моделям, расцветкам, ценам.

**Торговля по предварительным заказам удобна для покупателей, так как позволяет им экономить время на приобретение товаров.** По предварительным заказам продают преимущественно продовольственные товары, а также непродовольственные товары сложного ассортимента. Заказы могут быть приняты в магазине, автомагазине, по месту работы или на дому покупателей. Они могут быть поданы в устной или письменной форме. Расчет осуществляется путем предварительной оплаты в кассе магазина или посредством почтового перевода (при продаже топлива и строительных материалов), а также путем оплаты стоимости товаров в момент их получения. Предварительно заказанные товары могут быть доставлены на дом или вручены покупателю в магазине. Заказы на продовольственные товары должны быть выполнены в течение 4—8 ч. По непродовольственным товарам срок выполнения заказа устанавливается в зависимости от вида товаров и возможностей его исполнения. Особенно удобен этот метод продажи товаров для жителей небольших населенных пунктов, которые через магазины “Товары повседневного спроса” или автомагазины могут заказать технически сложные товары или другие товары длительного пользования, не теряя при этом время на поездки в другие населенные пункты для их приобретения.

Независимо от применяемого метода продажи товаров работники магазинов должны строго соблюдать правила торговли, содержащиеся в основных правилах работы магазина, правилах розничной торговли отдельными продовольственными и непродовольственными товарами и в других документах (санитарных правилах для продовольственных магазинов, правилах пользования мерами и измерительными приборами и т. д.).

Помимо рассмотренных выше методов розничной продажи товаров в зарубежной практике получили распространение и другие, достаточно эффективные методы продажи товаров. Например, тенденция приближения розничного обслуживания к потребителю нашла свое выражение в торговле через автоматы. Наибольшее распространение она получила в США, где через автоматы ежегодно реализуется свыше 1,5% розничного товарооборота. Здесь с помощью автоматов продаются, кроме табачных и кондитерских изделий, книги, аптекарские и косметические товары, канцелярские принадлежности и предметы домашнего обихода. Имеются полностью автоматизированные магазины, где торговля производится круглосуточно.

***Торговля по почте* — особая форма универсальной торговли без магазина.** Посылочная торговля получила большое распространение в высокоразвитых странах. В Великобритании эту форму торговли используют 18 млн чел. — почти треть населения страны.

В Германии с помощью посылочной торговли осуществляется свыше 5% объема розничного товарооборота. Главное удобство посылочной торговли для населения — продажа товаров в кредит с рассрочкой платежа. При покупке товара покупатель обязан уплатить 5% стоимости товара (товар высылается на седьмой день после оформления заказа), а остальная сумма погашается в течение 5—9 месяцев в зависимости от вида товара. Торговля по почте особенно популярна среди работающих замужних женщин, а также в районах, где недостаточно развита розничная торговая сеть.

***Электронная коммерция (виртуальная торговля).*** В последние годы появился новый вид безмагазинной торговли, имеющей много общего с почтовой, — “электронная”, под которой понимается осуществление покупок на дому с помощью персональных компьютеров. Оплата за купленный товар также осуществляется через компьютер при помощи специальных кредитных карточек.

Перспектива этой торговли обусловлена прогрессирующим развитием в стране Интернета, а также достаточно высокой подготовленностью многих корпоративных и индивидуальных пользователей к применению информационно-телекоммуникационных технологий в коммерции.

За рубежом постоянно слышатся сообщения, что крупные предприятия или целые отрасли отныне будут совершать свои закупки через Интернет или что создают в нем свои постоянные электронные торговые сайты. Электронные сделки между этими предприятиями и корпорациями резко снижают издержки при покупке и продаже сырья, товаров, продукции. Электронная торговля между предприятиями (бизнес-партнерами) получила название “бизнес-бизнес”. На первом этапе развития электронной коммерции этот вид торговли между бизнес-партнерами должен получить в России приоритетное направление развития, учитывая остроту проблемы поставки продукции для госнужд посредством предприятий.

Дальнейшее развитие и совершенствование информационно-технологического и организационно-правового обеспечения значительно расширит возможности применения электронной торговли компаний с потребителями (физическими лицами), т. е. по формуле “бизнес—потребитель”. Опыт такой торговли в России имеется (ГУМ и др.).

Развитие этих видов электронной коммерции позволит активно включить Россию в передовую эру научно-технического прогресса, чем весьма характерен наступивший XXI век — век электронной торговли.