**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

**Пермский институт (филиал)**

**государственного образовательного учреждения**

**высшего профессионального образования**

**«Российский государственный торгово-экономический университет»**

Кафедра организация и технология коммерческой деятельности

Контрольная работа

по предмету «Технология, техническое оснащение и проектирование предприятий торговли и общественного питания»

Вариант №23

Выполнила студентка р.Эз-31

Филимонова Е.В.

Проверила Плакхина Л.В.

Пермь. 2010

Содержание

[Рациональное размещение магазинов в городах. Основные расчетные показатели. 3](#_Toc278239077)

[Основные документы, регламентирующие охрану труда в торговле 9](#_Toc278239078)

[Задача 14](#_Toc278239079)

[Библиографический список 16](#_Toc278239080)

# Рациональное размещение магазинов в городах. Основные расчетные показатели.

 Среди факторов, определяющих эффективность розничных торговых предприятий, их рациональное размещение (выбор места) является одним из самых главных.

 Розничная торговая сеть должна быть максимально приближена к населению. Наибольшее влияние на ее размещение оказывают тип населенного пункта и численность жителей. Так, при размещении магазинов в городах следует учитывать влияние:

* градостроительных,
* транспортных,
* социальных,
* экономических факторов.

 К градостроительным факторам следует отнести площадь города, зонирование его территории, численность и плотность населения, размещение административных, культурных и спортивных центров.

 Транспортные факторы включают направления и интенсивность основных потоков движения общественного и индивидуального транспорта.

 К социальным факторам относятся необходимость достижения высокого качества торгового обслуживания населения и снижения времени, затрачиваемого им на посещение предприятий розничной торговли.

 Обеспечение оптимального уровня доходности розничной торговой сети, возмещение затрат на ее строительство и эксплуатацию составляют основу экономических факторов размещения предприятий розничной торговли.

 В основе рационального размещения сети розничных торговых предприятий в городах лежат принципы:

* равномерности,
* группового размещения,
* ориентации магазинов на определенную зону торгового обслуживания.

 Принцип равномерности применим к однотипным предприятиям, к так называемым удобным магазинам, торгующим товарами повседневного спроса и обслуживающим в основном постоянный контингент покупателей. Он предполагает равномерное размещение магазинов по всей территории города с учетом плотности населения.

 Принцип группового размещения означает необходимость территориального сближения магазинов разного товарного профиля (по продаже хлеба, овощей, молока, рыбы, мяса и т.д.) с целью удовлетворения комплексного спроса. Этот принцип размещения торговой сети характерен для исторически сложившихся районов города, где создание комплекса различных специализированных магазинов позволяет сократить затраты времени населения на приобретение покупок.

 Не менее важным является принцип ориентации магазинов на определенную зону торгового обслуживания. Исследования показали, что в качестве ключевого показателя степени активности целесообразно использовать пропускную способность магазина (розничный товарооборот на 1 кв.м торговой площади). Но с успехом могут применяться и другие показатели: количество вновь созданных на данной территории магазинов, в том числе в неприспособленных помещениях; количество мини-рынков и стихийных рынков. Число выделенных зон составило три:

* местного и общегородского значения;
* магазины в составе торговых центров;
* магазины, расположенные вдоль автомагистралей.

 В соответствии с ним вся розничная торговая сеть делится на магазины местного и общегородского значения, магазины в составе торговых центров и магазины, расположенные вдоль автомагистралей.

 Магазины местного значения, или "удобные магазины" располагаются в жилой зоне города в пределах пешеходной доступности. В таких магазинах должен быть представлен универсальный ассортимент товаров.

 Магазины общегородского значения предназначены для обслуживания населения всего города, поэтому в их числе должны быть и универсальные, и специализированные, и комбинированные магазины.

 Магазины в составе торговых центров, как правило, предлагают покупателям универсальный ассортимент. Чаще всего такие центры размещают на пересечении крупных автомагистралей вне пределов интенсивной городской застройки.

 Перспективным направлением развития розничной торговли в городах является создание сетей магазинов, включающих в свой состав супермаркеты, гипермаркеты и магазины-дискаунты («Семья», «Пятерочка», «Виват» и тд.).

 В районных центрах в зависимости от численности населения розничная торговая сеть может быть представлена универсамами, универмагами, специализированными магазинами, магазинами "Современное домашнее хозяйство", "Техника", Детский мир" и т.д.

 В рядовых селах с учетом численности жителей могут быть представлены в основном следующие типы магазинов: "Продтовары", "Промтовары", "Товары повседневного спроса".

 При невозможности создания стационарной розничной торговой сети обслуживание должно осуществляться с помощью передвижной сети – автомагазинов и других передвижных средств торговли.

 Для успешного выбора месторасположения розничного магазина необходимо знать основные типы торговых пространств города. Экономисты по-разному подходят к классификации типов торговых пространств, выделяя от трех до пяти групп.

 Например, одна из классификаций включает пять типов:

* центральный деловой район;
* периферийный торговый центр;
* главная торговая артерия;
* торговая улица местного значения;
* обособленные группы магазинов.

 Традиционно сложилось представление о том, что приближение торговых предприятий к центральным районам является наиболее выгодным для продавца, поскольку при этом возрастает мощность и интенсивность покупательского потока. Между тем, новейший опыт организации розничной торговли и размещения торговых предприятий дает и весьма убедительные примеры в пользу преимуществ другого подхода к размещению розничных торговых предприятий: на окраине, на значительном удалении их как от центра города, так и от места проживания покупателей.

 Таким образом, можно сказать, что с точки зрения размещения розничных торговых предприятий можно выделить два подхода:

* тяготение к центральным районам города;
* размещение крупнейших по размеру торговых предприятий на окраине.

 Первый подход получил название торговли «потоков», второй — торговли типа «траффик».

 Отличительными особенностями траффик-торговли являются расположение дискаунтеров в гипермаркетах на периферии города. Обязательными условиями являются:

* наличие хорошо организованной парковки: «Без парковки нет бизнеса»;
* самый широкий товарный ассортимент, когда в одном месте можно купить все;
* низкие цены, что возможно за счет реализации эффекта масштаба торговли.

 Другой подход предусматривает три основных типа торговых пространств:

* деловой (торговый) центр.
* торговая артерия.
* специализированная функциональная территория.

 1. Торговые центры по планировке, дислокации и внешнему виду существенно отличаются от других районов сосредоточения торговли, которые расположены в деловой части города и на его периферии. Современный торговый центр изначально планируется и строится с учетом того, что на его территории разместится большое число торговых предприятий, которые будут предлагать самый широкий ассортимент товаров, услуг и соседствовать между собой. Место для его строительства обычно выбирается фирмой-застройщиком с целью обеспечить постоянный приток покупателей со всего района. Любой торговый центр оборудован удобной стоянкой для автомобилей, величина которой зависит от размера его торговой площади.

 Экономические расчеты при выборе торгового центра в качестве места дислокации предприятия предполагают учет нескольких групп расходов: текущих и единовременных. К первым относится арендная плата. Принципы ее установления различны: в процентах к общему объему продаж; как фиксированной величины в расчете за 1 кв.м арендуемой площади и т.д. От общего объему продаж размер арендной платы составляет 5—10%. Уровень арендной платы зависит от многих факторов: характера, месторасположения и репутации центра, вида продаваемых товаров. В состав текущих затрат могут также входить ежегодные платежи на общие потребности торгового центра, иногда плата за электроэнергию и теплоснабжение. Вторая группа — единовременные затраты — включает разовые вложения на приобретение торгового оборудования, электро- и обогревательного оборудования и т.п.

 2. Следующий вид торговых пространств — это торговые артерии, которые также являются выгодным местом расположения розничных предприятий. В зависимости от значимости торговых артерий и интенсивности покупательских потоков различают такие их виды, как главная торговая артерия, торговые артерии вдоль автотранспортных магистралей, торговые артерии местного значения.

 Особой разновидностью торговых пространств являются специализированные торговые центры (ареалы). Как правило, здесь нет единого арендодателя, имеется большее количество независимых торговцев, значительное скопление обслуживающих и продовольственных предприятий. Покупатели несут значительно меньшие издержки потребления.

Рассмотрим дополнительные факторы, определяющие выбор месторасположения розничного торгового предприятия. Наряду со специализацией и размером торгового предприятия на выбор места его дислокации оказывают влияние:

* зона притяжения, или радиус действия магазина и его рынок сбыта;
* потенциальные покупатели — их число, возрастной состав, уровень доходов, социальная структура и его особенности (студенческий городок, воинская часть, предприятия с женским составом работников);
* конкуренты — их число, размер, особенности;
* транспортные и пешеходные потоки;
* наличие подъездных путей и автостоянок;
* криминогенное состояние в зоне притяжения и т.д.

Другим важным фактором размещения торговых предприятий являются типы товарных групп. Обычно товары делятся на три основные группы: товары повседневного спроса, крупные дорогие вещи и предметы роскоши.

Товары повседневного спроса — это дешевые, регулярно покупаемые товары, отличающиеся высокой устойчивостью спроса, продать которые не составляет особого труда. Они входят в обязательную потребительскую корзину, покупаются, как правило, по привычке и продаются в многочисленных торговых точках. В качестве примера можно назвать молоко, хлеб и хлебобулочные изделия, конфеты, сигареты.В России определен состав продуктов питания, входящих в так называемую потребительскую корзину, которая включает наиболее существенную часть товаров повседневного спроса. К ним относятся: хлеб; пшено; вермишель; картофель; капуста; лук; яблоки; морковь; сахар; говядина; колбаса; молоко; сметана; масло животное; сыр; яйца; масло растительное; мука; творог; маргарин; рыба; птица.

Магазины, торгующие дорогими товарами и предметами роскоши, лучше размещать в центральных районах, куда покупатели поедут более охотно, чем за товарами повседневного спроса или лекарствами.

Общеизвестно, что розничные предприятия в городах размещены неравномерно, в связи с чем необходимо усилить контроль за размещением новых предприятий, а также произвести анализ размещения существующих предприятий с учетом специализации, типизации, радиуса обслуживания, плотности населения, частоты спроса на конкретные виды товаров и других факторов.

В целом по округам на 1000 человек должно быть от 125 до 170 кв. м продовольственных магазинов и от 63 до 130 кв. м непродовольственных магазинов.

# Основные документы, регламентирующие охрану труда в торговле

Охрана труда - система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия [1].

Документы настоящей системы освещают следующие основные вопросы обеспечения охраны труда на предприятиях и организациях:

* основные функции и полномочия органов государственного управления надзора и контроля за охраной труда;
* права и обязанности органов государственного надзора и контроля за соблюдением законодательных и иных нормативных правовых актов по охране труда;
* рекомендации по организации и управлению охраной труда на предприятии;
* действие опасных и вредных производственных факторов условий труда и меры защиты от них;
* порядок расследования, оформления и учета несчастных случаев на производстве и случаев профессиональных заболеваний;
* порядок предоставления обязательных и дополнительных компенсаций и льгот за тяжелые работы и работы с вредными или опасными условиями труда;
* права общественных организаций (профсоюзов и иных уполномоченных работниками представительных органов) по контролю за соблюдением законных прав и интересов работников в области охраны труда;
* меры обеспечения технической безопасности и санитарно-гигиенических требований к условиям труда при выполнении производственных процессов и технологических операций.

 В области охраны труда на предприятиях и в учреждениях основными законодательными актами являются: Федеральный закон РФ от 30 декабря 2001 года № 197 – ФЗ, Трудовой Кодекс РФ, Гражданский Кодекс РФ, и другой нормативной и правовой документацией.

В Трудовом Кодексе РФ (ТК РФ) представлены законодательные акты, обеспечивающие безопасные и безвредные условия труда. ТК РФ устанавливает правовые основы регулирования отношений в области охраны труда между работодателями и работниками. Закон обязывает всех участников трудовых отношений при осуществлении юридическими и физическими лицами любых видов трудовой деятельности соблюдать требования охраны.

Гражданский Кодекс РФ (ГК РФ) устанавливает ответственность работодателей вследствие причинения вреда работнику на производстве (ст.1064 – 1083), а также определяет формы и размер возмещения вреда, причиненного жизни и здоровью гражданина. Работодатель обязан ознакомить работников с требованиями охраны труда и обеспечить такие условия труда на каждом рабочем месте, которое соответствовали бы требованиям охраны труда; проводить аттестацию рабочих мест по условиям труда.

При заключении трудового договора работник и наниматель берут на себя обязательства по охране труда (работник — подчиняться правилам внутреннего трудового распорядка, наниматель — обеспечивать условия труда в соответствии с законодательством, его оплату и т.д.). Закон обязывает работодателя осуществлять проведение за счет собственных средств обязательных предварительных медицинских осмотров работников, периодических внеочередных медицинских омотров.

Важнейшими документами, регулирующими охрану труда в торговле, являются коллективный договор, правила внутреннего трудового распорядка, инструкции и положения по охране труда.

Коллективный договор это внутренний нормативный акт, соглашение между администрацией и профсоюзом по вопросам социально-трудовых отношений. В нем содержатся конкретные обязательства администрации по улучшению условий труда и техники безопасности.

Стороны периодически контролируют выполнение договора и принимают оперативные меры по его реализации.

Правила внутреннего трудового распорядка — документ, содержащий порядок приема и увольнения, права и обязанности работников, ответственность за нарушения дисциплины труда, меры поощрения.

Соблюдение установленных на предприятии правил определяется общим понятием — дисциплина труда.

Трудовая дисциплина предполагает четкое выполнение работником установленных правил внутреннего трудового распорядка (своевременное начало и окончание работ, перерывы, нормы поведения и т.п.).

Производственная дисциплина подразумевает своевременное выполнение заданий, бережное отношение к товарно-материальным ценностям, соблюдение правил охраны труда, техники безопасности, санитарии и пожарной охраны.

Работники, имея право на безопасные условия труда, обязаны строго соблюдать правила внутреннего трудового распорядка и дисциплину труда.

Инструкции по охране труда разрабатываются администрацией торговой организации с участием профсоюза и содержат требования по охране труда и технике безопасности.

Работники магазина, не соблюдающие требований инструкции но охране труда, являются нарушителями трудовой дисциплины и могут быть привлечены к административной (заме­чание, выговор, увольнение), материальной и уголовной ответственности.

Кроме перечисленных на предприятиях торговли должен быть еще целый ряд обязательных документов но охране труда и технике безопасности. Это зависит от размера предприятия, его профиля работы, принадлежности и т.д.

В правилах внутреннего трудового распорядка установлено, что каждый работник обязан пройти обучение (инструктаж) но вопросам охраны труда и техники безопасности.

Различают следующие виды инструктажа, применяемые в торговле:

* вводный — проводится со всеми вновь принятыми на работу (постоянно или временно), со студентами и учащимися-практикантами;
* первичный - на рабочем месте проводится с каждым работником индивидуально с наглядным показом безопасных приемов и методов труда. После первичного инструктажа могут быть проведены стажировки не менее двух смен под наблюдением специального работника, назначенного администрацией организации;
* повторный — проводится не реже одного раза в 6 месяцев с целью закрепления и проверки знаний но охране труда;
* внеплановый — проводится при установлении па предприятии нового оборудования, при нарушениях работниками инструкций, при перерывах в работе, по требованию органов надзора и контроля;
* целевой — может быть проведен в связи с выполнением разовых работ, ликвидацией последствий стихийных бедствий, аварий, при проведении экскурсий на предприятиях торговли.

Инструктажи проводятся руководителями структурных подразделений или инженерами по охране труда. Кто проведение обязательно регистрируется в специальном журнале, который должен быть пронумерован и скреплен печатью.

К мероприятиям по охране труда, проводимым в предприятиях торговли, относятся:

* обучение техминимуму (продавцы, кассиры-контролеры, работники складов, фасовщики);
* санитарно-гигиеническое обучение — санминимум;
* семинары по охране труда для руководителем’! и специалистов;
* периодическая аттестация рабочих мест – каждые 5 лет;
* пропаганда безопасных условий труда, информация о передовом опыте, общественные смотры и конкурсы по мере необходимости.

Среди подзаконных актов по безопасности жизнедеятельности на производстве следует отметить постановления Правительства РФ и других федеральных органов исполнительной власти, например Федеральной службы по труду и занятости (Роструд), Федерального агенства по здравоохранению и социальному развитию (Росдрав).

# Задача

Определить производительность ленточного конвейера, транспортирующего штучные товары, массой 60 кг. Каждый, скорость движения ленты 0,9 м/с., расстояние между грузами 0,5 м., длина груза 0,6м.

**Решение**

Производительность конвейера – основной эксплуатационный показатель, характеризующий количество груза, перемещаемого в течении одного часа.

где q- масса одной единицы груза, кг.;

 S – шаг расположения грузов (расстояние между серединами двух соседних грузов), м;

 V- скорость движения транспортирующего органа (ленты), м/с;

 К – коэффициент использования конвейера по времени (К =0,7 – 0,8);

Q = 3600\*60кг/0,5м\*0,9м.с\*0,8 = 3600\*120\*0,9\*0,8 = 311040 кг.с = 311,04 кг.ч.

 Ответ ленточный конвейер может транспортировать 311,04 кг. в час.

# Библиографический список

1. Арустамов Э.А. Охрана труда в торговле: учебник для студ.сред. проф. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2007 – 160 с.
2. Архипова А.И., Большаков А.К., Деребянина М.А.Экономика.: Учебник для вузов/ Под ред. А.И.Архипова издание 3–е перераб, доп.. – Велби – Проспект, 2005.
3. Ломова Н.М. Макроэкономика: Учебное пособие. – Новособирск, 2003.
4. Сайткулов Н.Н. Техническое оснащение торговых организаций: Учебное пособие для среднего профессионального образования. – М.: Издательский дом «Деловая литература» - 2005,336с