ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

КАФЕДРА КОММЕРЦИИ И ВЭД

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Организация, технология и проектирование предприятий»

на тему «Торговое оборудование и принципы его размещения в торговом зале на примере ООО «ТД Михайлова плюс» г. Железногорска, Красноярского края»

Выполнила

студентка 5 курса

группы КМ-07-12 Смоленцева Л.Т.

Научный руководитель

Честнова Е.С.

Красноярск 2009

**Содержание**

Введение

Глава 1 Торгово-технологическое оборудование магазинов

1.1 Мебель торговых залов

1.2 Торговый инвентарь

1.3 Торговое холодильное оборудование

1.4 Торговое измерительное оборудование

1.5 Контрольно-кассовое оборудование

1.6 Методика определения потребности в торговом оборудовании

Глава 2 Организационно-экономическая характеристика ООО «ТД Михайлова плюс»

2.1 Организационная характеристика

2.2 Экономическая характеристика

2.3 Анализ торгово-технологического оборудования магазина

2.4. Конкурентоспособность магазина

Глава 3. Принципы размещения торгового оборудования в торговом зале магазина

3.1 Планировка торгового зала

3.2 Расположение товарных групп на торговом оборудовании в магазине ООО «ТД Михайлова плюс»

3.3 Расчёт необходимого количества торгового оборудования для анализируемого магазина

3.4 Показатели эффективности использования оборудования

3.5 Мероприятия по повышению эффективности использования торгового оборудования

Заключение

Список литературы

**Введение**

Оборудование для торгового зала играет одну из главных ролей в правильной организации работы магазина, ведь от него во многом зависит впечатление покупателей о торговом объекте и их желание или нежелание делать покупки.

Цель курсовой работы - создание торгового оборудования, которое позволит создать удобную, рациональную и располагающую к совершению покупок обстановку в ООО «ТД Михайлова плюс».

Предметом анализа предприятия является торгово-технологическое оборудование.

Задачами при анализе являются:

1 Рассмотреть торгово-технологическое оборудование, оснащающее наши магазины:

1.1 Мебель торговых залов;

1.2 Торговый инвентарь;

1.3 Холодильное оборудование;

1.4 Торговое измерительное оборудование;

1.5 Контрольно-кассовое оборудование;

1.6 Методику определения потребности в оборудовании.

2 Рассмотреть предприятие с экономической стороны:

2.1 Организационную характеристику;

2.2 Экономическую характеристику;

2.3 Проанализировать торгово-технологическое оборудование;

2.4 Конкурентоспособность предприятия.

3 Изучение различных принципов конфигурации торгового зала:

3.1 Планировку торгового зала;

3.2 Расположение товарных групп на оборудовании;

3.3 Расчёт необходимого количества торгового оборудования, требуемого магазину;

3.4 Показатели эффективности использования оборудования;

3.5 Мероприятия по повышению эффективности использования торгового оборудования.

Данные вопросы будут подробнее рассказаны в данной курсовой работе и изложены с помощью 30 информационных источников.

**1 Торгово-технологическое оборудование магазинов**

**1.1 Мебель для торговых залов магазинов**

Мебель для торговых предприятий играет важную роль в рациональной организации торгово-технологического процесса в магазине. Она широко применяется при выполнении различных операции, связанных с приёмкой, хранением и продажей товаров[4].

Мебель для торговых предприятий принято классифицировать по следующим наиболее важным признакам: месту применения; назначению; товарному профилю; конструкции. Наглядно это представлено на рис 1.

Рисунок 1. Классификация мебели для торговых предприятий

Размеры и конструкция торговой мебели должны быть тесно увязаны с параметрами помещений магазинов, чему в значительной степени способствует её типизация, унификация и стандартизация.

Под типизацией понимают систему мероприятий, направленных на устранение излишнего многообразия и отбор наиболее рациональных типов торговой мебели. Она позволяет свести количество конструкций к небольшому числу технически совершенных и экономически эффективных, отвечающих современным требованиям и подлежащих массовому распространению типов.

Мебель до торговых предприятий делится на следующие основные типы: пристенные и островные горки; секций замкнутых зон внутри торгового зала; прочие товароносители; прилавки; немеханические кассовые кабины для магазинов самообслуживания; корзины для покупок; вешала для одежды.

Для оснащения магазинов также применяются: примерочные кабины, банкетки и подставки для примерки обуви, столы для выписки чеков и упаковки товаров, столы для тканей и крупногабаритных товаров, столы передвижные для телевизоров, подиумы, столы-подиумы.

Наиболее распространенными типами торговой мебели являются пристенные и островные горки, которые могут устанавливаться в торговом зале отдельными секциями или сплошным фронтом.

Различают горки универсальные, предназначенные для выкладки и продажи различных продовольственных или непродовольственных товаров, и специализированные (для обуви, головных уборов). Устанавливают пристенные горки вдоль стен, островные - в средней части торгового зала.

Выложенные на привитринных горках товары можно осматривать как со стороны торгового зала, так и с улицы. Размещают их вдоль оконных витрин [12].

Прилавки используются для отпуска различных товаров, размещения отборочных корзин и сумок покупателей, а также для упаковки товаров.

Прилавки-витрины, в отличие от прилавков, имеют частично или полностью застеклённую верхнюю часть.

Вешала служат для показа и продажи готового платья. Они бывают одно- или двухъярусные, стационарные и передвижные.

Кассовые кабины являются рабочим местом контролера-кассира. Они оснащаются вращающимся стулом с подъёмным сидением и проволочной корзиной для мелких товаров[1].

Для оснащения подсобных помещений применяются подтоварники, поддоны, вешала для одежды, лари для хранения сыпучих товаров, а также оборудованием для бракеража и подготовки товаров к продаже.

Унификация - приведение к единообразию форм, конструкций и размеров деталей, из которых производится сборка торговой мебели. В процессе унификации сокращается многообразие деталей, имеющих одинаковое функциональное назначение.

Мебель, изготовленная из унифицированных деталей, легко монтируется как в виде отдельных секций, так и сплошным фронтом, что приводит к экономии средств за счёт сокращения числа стоек и других элементов. Для оценки уровня унификации торговой мебели может быть использована следующая формула

K=Q1/Q2,[1]

где Q1 - количество унифицированных элементов, входящих в изделие;

Q2 - общее количество элементов, входящих в изделие.

Стандартизация торговой мебели предусматривает установление нормативных требований к размерам, материалам, качеству изготовления, правилам приёмки, маркировки, упаковке, транспортировке и хранению торговой мебели.

Мебель для торговых помещений должна быть удобной в эксплуатации, обеспечивать широкий показ товаров и создавать максимум удобств при отборке товаров покупателями. Она должна быть удобной в эксплуатации, обеспечивать широкий показ товаров и создавать максимум удобств при отборке товаров покупателями. Она должна отвечать эксплуатационно-техническим, экономическим, эргономическим, эстетическим и санитарно-гигиеническим требованиям[4].

Наглядно это представлено на рис 2.

Рисунок.2. Требования, предъявляемые к торговой мебели

Эксплуатационно-технические требования. Они, прежде всего, предусматривают, чтобы торговая мебель имела стандартные размеры, что позволяет производить её сборку из отдельных элементов методом агрегатирования. Длина, высота и широта изделий должны отвечать параметрам помещений магазина и соответствовать различным свойствам товаров и стандартизированным размерам упаковки.

Наиболее высокими эксплуатационно-техническими характеристиками обладает универсальная торговая мебель, собранная из ограниченного количества взаимозаменяемых унифицированных деталей и узлов. Универсальность мебели предусматривает широкое её применение для разнообразных групп товаров в различных типах магазинов.

Кроме того, торговая мебель должна обеспечивать рациональное использование площади торгового зала, быть пригодной для оперативного пополнения запасов товаров, обеспечивать наглядность показа и удобства отборки их покупателями. Это достигается за счёт применения более ёмкой мебели, имеющей большую площадь экспозиции товаров, укомплектованную наполочными и навесными корзинами, другими приспособлениями для выкладки товаров, различными типами тары-оборудования.

Важным технико-эксплуатационным требованием торговой мебели является её прочность и устойчивость, а также надёжность соединений отдельных деталей.

Экономические требования. При проектировании мебели для торговых залов магазинов стремятся к тому, чтобы она была недорогой и экономичной в эксплуатации. Она должна изготовляться простой и облегчённой конструкции из недорогих строительных и отделочных материалов с использованием современной технологии производства. Важными условиями снижения стоимости торговой мебели и повышения её экономичности является организация массового индустриального производства, простота технологического процесса, возможность замены отдельных деталей и узлов в процессе ремонта, а также реконструкции и перепланировки магазина. Она должна занимать возможно меньшую площадь торгового зала и подсобных помещений, но быть достаточно ёмкой, обеспечивающей выкладку и хранение необходимого количества товаров[17]

Эргономические требования. Они предусматривают, что основные размерные соотношения мебели, т.е. ее высота, ширина и длина, высота расположения полок и других элементов для выкладки товаров, должны устанавливаться с учётом роста и пропорций фигуры человека и обеспечивать минимальную утомляемость обслуживаемого персонала, а также хорошую обозримость товаров и свободный доступ к ним покупателей.

Эстетические требования. Форма, пропорции и цвет торговой мебели должны соответствовать её функциональному назначению и архитектурно-художественному оформлению интерьера торгового зала магазина. Она должна подчёркивать единство ансамбля интерьера магазина. Иначе говоря, устройство торговой мебели не должно играть самостоятельной роли.

Поэтому архитектурно-конструктивное решение торговой мебели должно отвечать ряду эстетических требований.

В цветовой отделке необходимо максимально использовать декоративные свойства материалов (дерева, пластических масс). Отделка торговой мебели должна быть увязана с общим решением оборудования, т.е. с её формой, конструкцией. Окрашивают мебель в нейтральные спокойные тона или в тона контрастные цвету товара, чтобы выявить и подчеркнуть его основные свойства. Цвет мебели должен гармонировать с интерьером магазина и выявлять цветовые свойства экспонируемых товаров. При этом источники света следует располагать так, чтобы выделить товар, обратить на него внимание покупателей.

Цвет мебели должен подбираться с учётом некоторых особенностей композиции её формы. Например, чем больше предмет и более громоздки его формы, тем светлее должна быть его окраска. И наоборот, чем меньше предмет, тем насыщеннее должна быть его окраска. Предметы с чёткими и строгими формами окрашиваются в малонасыщенные и светлые цвета, со сглаженными формами и нечёткими гранями - в относительно более насыщенные цвета. Для окраски несущих элементов мебели (стоек, кронштейнов) используют краски более тёмных цветов, чем для других поверхностей. Нецелесообразным считается введение в отделку многоцветной окраски, что может нарушить целостность формы мебели. На цветовую схему существенное влияние оказывает фактура поверхности мебели. Так, матовая фактура наиболее приемлема для спокойных приглушённых цветов, глянцевые поверхности - для интенсивных цветов.

Кроме перечисленных, к мебели торговых залов магазинов предъявляются, и другие эстетические требования, основные из которых сводятся к следующему[28]:

? при конструировании торговой мебели должны быть учтены возможности широкого применения современных материалов и отделки;

? при монтаже пристенных и островных горок в линию не должно возникать зрительного впечатления провисания полок. При этом все вертикальные членения мебели должны быть мало заметны, а горизонтальные - подчёркнуты;

? для придания торговой мебели композиционной законченности необходимо, чтобы её собранные секции имели декоративное оформление. С этой целью устраиваются боковые стенки, карнизы для подсвета, плинтуса в основании горок. Декоративная отделка может иметь самостоятельный цвет, однако желательно, чтобы он повторялся на отдельно стоящих изделиях, так как это придаёт всей мебели единый характер.

Санитарно-гигиенические требования. Устройство торговой мебели, а также материалы, используемые для изготовления этой мебели, не должны затруднять её чистку в процессе эксплуатации и уборки помещений. В связи с этим мебель должна иметь доброкачественную отделку, с гладкой поверхностью, без лишних углублений, зазоров и выступов.

Рабочие поверхности мебели, соприкасающиеся с пищевыми продуктами, должны изготовляться из материалов, допущенных к применению в продовольственном машиностроении[11].

Поверхности, покрытые пластиком, протираются влажным тампоном. Мыть мебель обильно смоченным тампоном нельзя, так как жидкость, затекая в щели между деталями, приводит к разбуханию деревянных и ржавлению металлических частей. Удаление загрязнений с окрашенных поверхностей мебели рекомендуется производить только путём сухой уборки.

**1.2 Торговый инвентарь**

Важным дополнением торгово-технологического оборудования магазинов является торговый инвентарь, который представляет собой приспособления, инструменты и приборы. Рациональное использование инвентаря способствует ускорению торгово-технологического процесса, повышению культуры обслуживания покупателей, улучшению условий и повышению производительности труда торговых работников, сокращению издержек обращения.

Материалом для изготовления инвентаря служат: металл, дерево, стекло, пластические массы. Он должен быть простым, прочным, не громоздким, дешёвым, удобным в эксплуатации, отвечать эстетическим и санитарно-гигиеническим требованиям. Классификация торгового инвентаря наглядно представлена на рис.3.

Рисунок 3. Классификация торгового инвентаря

Наряду с перечисленным, магазины должны оснащаться счетным, вспомогательным, санитарно-гигиеническим и противопожарным инвентарём.

Инвентарь для складских и подсобных помещений магазинов представляет собой широкое разнообразие различных приспособлений. Рассмотрим их краткую характеристику.

Инвентарь для вскрытия тары и упаковки. В эту группу входит инвентарь для вскрытия деревянной, металлической и мягкой тары. Для вскрытия деревянной тары используются съёмники обручей, набойки бондарные, различные гвоздодёры, хозяйственные топоры, молотки и клещи.

Съёмники обручей используется для съёма с бочек верхнего уторного обруча. Ручка съёмника изготовлена из древесины твёрдолиственных пород, остальные части - из стали. Конструкция съёмника позволяет использовать его в качестве бондарной набойки, для чего нерабочий конец ручки имеет стальное кольцо - боек[6].

Бондарная набойка служит для насадки и снятия обручей с деревянных бочек. Набойка представляет собой стальную насадку с деревянной ручкой, заканчивающейся металлическим кольцом-бойком, предохраняющим её от раскалывания при ударах. Ручка изготавливается из древесины твёрдолиственных пород. Для изготовления насадки и бойка используется инструментальная сталь[30].

Гвоздодёр-ножницы является комбинированным цельнометаллическим инструментом, используемым для выдёргивания гвоздей и резки упаковочной ленты и проволоки. Рабочие части изготовляются из инструментальной стали. Ручки штампуются из листового материала и в свободном состоянии разведены стальной пружиной.

Молоток-гвоздодёр-ножницы состоит из молотка с прорезью для выдёргивания гвоздей, ножниц для резки упаковочной ленты или проволоки и имеет прорезь на ручке для выдёргивания мелких гвоздей. Используется для безпомолочного вскрытия деревянной, картонной и другой тары.

Молоток и губки ножниц изготовлены из инструментальной стали, ручки - из листовой обыкновенной стали, с накладками из винипласта.

Молоток-топорик-гвоздодёр служит для вскрытия крупногабаритных ящиков, контейнеров, решётчатой и другой тары. Состоит из молотка, топорика и двух прорезей для выдёргивания гвоздей. Для изготовления бойка молотка и топорика применяют инструментальную сталь, а черенка - конструкционная сталь. Ручка может быть изготовлена из пластмассы или древесины[14,23].

Топоры хозяйственные, молотки и клещи применяются в подсобных помещениях магазинов и на складах как вспомогательный инвентарь.

В качестве инструмента для вскрытия металлической тары служит ключ для металлических бочек, при помощи которого открывают резьбовые металлические пробки. Ключ устроен в виде металлического стержня, концы которого отогнуты под прямым углом и имеют форму квадрата.

Для вскрытия льняных и бумажных мешков, картонной тары, товаров в паковочной ткани применяют нож для вскрытии мягкой тары. Нож изготовлен из стали. Ручки выполнены в виде деревянных накладок из древесины твёрдолиственных пород.

Инвентарь для проверки размеров и качества товаров. Сюда относятся шаблоны, пробоотборники, овоскопы, виноскопы.

Шаблоны представляют собой прямоугольные пластмассовые или металлические пластины с отверстиями диаметром 42,45,51,60,70мм.

Пробоотборники используются для взятия проб товаров.

Пробоотборники для сыпучих продуктов представляют собой желобок, изготовленный из металлической пластины, с конусным полым наконечником и с деревянной ручкой. Хранится пробоотборник для сыпучих товаров в деревянном футляре.

Для арбузов и дынь применяется из листовой нержавеющей стали толщиной 1-1,2 мм. Изготовлен в виде желоба с заточенными краями. Внутри желоба устроен ограничитель, препятствующий чрезмерному продвижению пробоотборника при взятии пробы. Имеет ручку из древесины твёрдолиственных пород.

Пробоотборник для масла и сыра имеет металлическое лезвие в виде желобка и приваренную к нему крестообразную ручку. Материалом для изготовления пробоотборника служит нержавеющая или обыкновенная сталь с последующим никелированием.

Проверка качества яиц и вин на просвет производится при помощи овоскопа-виноскопа, который состоит из корпуса полусферической формы и двух съёмных крышек с отверстиями для просвета яиц и вина, расфасованного в бутылки. В нижней части прибора вмонтирован патрон с электролампой. Количество отверстий в крышках рассчитан на одновременный просвет 20 штук яиц или 2 бутылок с вином. Корпус и крышки овоскопа-виноскопа изготовлены из листового алюминия толщиной 1,5мм. Мощность электролампы составляет 40 Вт.

Инвентарь для подготовки товаров к продаже. К этой группе инвентаря относят приспособления для разруба, разделки и на резке мяса, субпродуктов и рыбы, а также для фасовки товаров.

Топоры мясорубные применяются для разруба туш мяса, рыбы и птицы. Выпускаются цельноковаными и с приварным стальным лезвием. Рабочая часть топора подвергается термической обработке и шлифовке. Насаживаются топоры на топорища из древесины твердолиственных пород.

Пилы-ножовки необходимы для распиливания крупных костей и туш мороженого мяса. Составными частями пилы является ножовочное полотно из углеродистой стали, основание, винт-барашек для натяжения полотна и фигурная ручка из пластмассы. Полотно ножовки термообрабатывается, основание и барашек винта покрываются молотковой эмалью[18].

Нарезка и разделка гастрономических товаров производится при помощи специальных ножей, имеющих различную конструкцию. Ножи выпускаются, преимущественно, с длинными и узкими лезвиями. В эту группу ножей включают гастрономический, филейные и кухонные ножи, а также ножи для резки ветчины, сыра и масла.

Гастрономический (колбасный) нож необходим в основном для резки колбас и твёрдых гастрономических изделий. Имеет длинное широкое заострённое лезвие.

Ножи филейные используются для резки рулетов, окороков, грудинки, филе рыбы и других гастрономических изделий. Лезвие филейных ножей слегка суженное. Производятся они трёх размеров - большой, средний и малый.

Ножи кухонные применяются для резки полуфабрикатов и готовой мясной и рыбной продукции. Выпускаются трёх размеров - большие, средние и малые. Кухонные ножи имеют слегка выгнутое лезвие.

Нож для резки ветчины имеет длинное, слегка суженное лезвие. Может быть использован для резки рыбы холодного и горячего копчения.

Ножи для резки сыра и масла выпускаются прямые (с кривым коленом) и с зигзагообразной режущей частью лезвия для фигурной резки масла и сыра.

Для резки хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий применяются хлеборезные ножи. Они выпускаются с волнообразно заточенным лезвием. Также используются доски, для нарезки хлеба овальной или прямоугольной формы.

Инвентарь для фасовки товаров включает для сыпучих товаров совки и кружку-дозатор.

Совки применяются при расфасовке и продаже сыпучих товаров, ягод, кондитерских и других товаров. Изготавливаются из листового алюминия толщиной около 1,5 мм или алюминиевого сплава. Бывают также и пластмассовые[3,25,29].

Кружка-дозатор состоит из алюминиевого цилиндрического корпуса с передвижным регулируемым поршнем. На дне корпуса устроен поворотный диск, при помощи которого производится установка поршня по высоте корпуса. Объём продукта, соответствующий определённому его весу, устанавливается поворотным диском путём перемещения поршня по высоте. На поворотном диске обозначены коэффициенты пересчёта объёма в вес для различных сыпучих товаров. Точность дозирования проверяется путём контрольного взвешивания. Поверхность насыпанного продукта выравнивается вручную при помощи поворотного ножа, установленного шарнирно на рукоятке кружки-дозатора. Изменение объёма кружки осуществляется в пределах от 0,5 до 1л.

Воронки используются для наливания жидкостей в ёмкости с узким горлом. Выпускаются различных размеров из пластмассы, алюминия или из белой жести.

Инвентарь для торговых залов продовольственных магазинов включает следующие группы: для проверки качества товаров (овоскоп-виноскоп), подготовки товаров к продаже и отпуска покупателям, выкладки и рекламы, отбора товаров покупателями.

Инвентарь для подготовки продовольственных товаров к продаже и отпуска их покупателям. К этой группе инвентаря относятся вилки, щипцы и лопатки торговые

Вилки торговые служат раскладки и отпуска их покупателям различных продовольственных товаров. Гастрономические вилки изготавливаются из нержавеющей стали. Выпускаются с деревянными, пластмассовыми или цельноштампованными металлическими ручками.

Лопатки торговые применяются для отпуска кондитерских, кулинарных и других изделий.

Щипцы торговые изготавливаются из нержавеющей стали. Подразделяются на универсальные, кондитерские, для продажи рыбы.

Инвентарь для выкладки и рекламы продовольственных товаров. В продовольственных магазинах для этих целей используют:

Лотки для хранения, выкладки и рекламы пирожных, мясных и рыбных изделий. Пластмассовые лотки применяют, преимущественно, для выкладки продуктов, влажность которых не превышает 15 процентов.

Окорята витринные изготовляются цельноштампованные из листовой декапированной или другой качественной стали с последующим покрытием светлой стеклоэмалью. Обычно стальные эмалированные окорята имеют овальную и прямоугольную форму. Предназначены для выкладки рыбы, салатов и других продуктов.

Для показа сыпучих бакалейных товаров и кондитерских изделий используют прозрачные подставки из органического или силикатного стекла.

Корзины и лотки из проволоки, лозы, пластмассы применяются для выкладки фруктов и овощей.

Товары, расфасованные в бутылки, выставляют на многоярусных стендах.

Инвентарь для отбора товаров покупателем. Сюда относят корзины и тележки для отбора товаров покупателями в магазинах самообслуживания.

Инвентарь для отпуска товаров покупателями. Сюда относят инвентарь для упаковки товаров (пакеты).

Рекламно-выставочный инвентарь. К нему относятся подставки, приспособления для немой справки (универсальные указатели цен, ценникодержатели).

Инвентарь для уборки и санобработки помещений. Сюда входят окономойки-стеномойки, щётки, совки, швабры, пылесосы, вёдра, мусоросборники[2].

Противопожарный инвентарь используется для тушения пожаров. К нему относят пенные и углекислотные огнетушители, гидропульт-вёдра, бочки с водой, ящики с песком, а также наборы противопожарных инструментов (топоры, лопаты), размещаемые на специальных щитах.

**1.3 Торговое холодильное оборудование**

Торговое холодильное оборудование представляет собой охлаждаемые устройства, предназначенные для кратковременного хранения, выкладки и продажи скоропортящихся товаров на предприятиях розничной торговли. Оно является одним из звеньев непрерывной холодильной цепи и представлено холодильными камерами, торговыми холодильными шкафами, охлаждаемыми витринами, прилавками и прилавками-витринами.

Используемое для оснащения магазинов торговое холодильное оборудование делятся на следующие основные группы (рис.4):

Рисунок 4. Классификация холодильного оборудования

В низкотемпературном оборудовании товары хранят при температуре не выше минус 180С и ниже. Охлаждённые продукты хранят при температуре 0-20С.

Для торгового холодильного оборудования приняты условные буквенные обозначения: К - камера; Ш - шкаф; П - прилавок; ПВ - прилавок-витрина: В - витрина; Х - холодильный (ая); С - среднетемпературный (ая); Н- низкотемпературный (ая); Ю - в южном исполнении. Цифры после букв указывают полезный охлаждаемый объём в кубических метрах.

Холодильные камеры имеют сборно-разборную конструкцию. Устанавливают их в складских помещениях магазинов и хранят в них продукты в течение 3-5 суток. Выпускают холодильные камеры двух типов: КХС (для охлаждённых продуктов) и КХН (для замороженных продуктов) с охлаждаемым объёмом 6, 12 и 18м3. Для укладки продуктов используют полки, для подвешивания туш - крюки. Некоторые холодильные камеры рассчитаны на хранение товаров в таре-оборудовании.

Охлаждаемое отделение холодильной камеры собирается из унифицированных изолированных панелей, образующих стены, пол и потолок. Панели соединяют между собой на месте сборки специальными стяжками. Наружная облицовка панелей выполнена из листовой стали, внутренняя - из листового алюминия. Пространство между облицовками заполнено пенополиуретаном. На потолочной панели камеры установлены одна или две (в зависимости от модели камеры) холодильные машины.

В ожидаемых камерах поддерживается температура от 0 до 80С, в низкотемпературных - не выше минус 180С.

Холодильные шкафы устанавливают на рабочем месте продавца или в складских помещениях небольших магазинов. Они имеют встроенные холодильные агрегаты. Выпускают двух типов: ШХ (среднетемпературные) и ШН (низкотемпературные). Могут иметь различные ёмкости охлаждаемых камер, разную хладопроизводительность машин и различное количество дверей. По этим признакам отличаются холодильные шкафы ШХ-0; ШХ-0,80М; ШХ-0,80Ю; ШХ-0,71; ШХ-1,40. Охлаждаемое отделение холодильных шкафов собирается от предварительно изготовленных панелей из двух металлических облицовок, пространство между которыми заполнено теплоизоляцией из пенополиуретана. Для укладки товаров служат съёмные решетчатые полки[24].

Машинное отделение занимает верхнюю часть шкафа. В охлаждаемых шкафах поддерживается температура от 0 до 80С, в низкотемпературных - не выше минус 180С.

Холодильные витрины служат для показа и продажи охлаждённых и замороженных продуктов. Для кратковременного хранения, демонстрации и продажи, предварительно охлаждённых и упакованных гастрономических продуктов в магазинах самообслуживания широко используют холодильные среднетемпературные витрины ВХС-2-3,15 и ВХС-2-3,15 ВМ. Для продажи охлаждённых товаров из тары-оборудования применяют холодильные витрины ВХС-2-4К, ВХС-2-4КМ1 и ВХС-2-4КВМ.

Для размещения товаров в витринах служат охлаждаемые отделения, в которых может поддерживаться температура от минус 2 до 60С или 0 до 80С. Товары выкладывают на полки из листовой стали, лотки из листового алюминия или в таре-оборудовании[7].

Хладоснабжение витрин в зависимости от их модели осуществляется от холодильного агрегата, расположенного в машинном отделении витрины, или холодильного агрегата, установленного вне витрины, в машинном отделении магазина.

Холодильные прилавки предназначены для кратковременного хранения, демонстрации и продажи охлаждённых гастрономических продуктов в универсамах. Бывают среднетемпературные (ПХС) и низкотемпературные (ПХН).

В магазинах самообслуживания применяют открытые прилавки с воздушной завесой. Наиболее распространёнными моделями являются ПХС-2-2,5; ПХН-2-2,5; ПХС-1,25; ПХС-2-2. В охлаждаемых отделениях поддерживается такая же температура, как в холодильных витринах. Холодильные агрегаты, расположены в машинных отделениях прилавков, или в машинных отделениях магазина.

Товары в охлаждаемых прилавках выкладывают на съёмных решётчатых полках или укладывают в кассеты или корзины (в закрытых прилавках).

Холодильные прилавки-витрины служат для кратковременного хранения, демонстрации и продажи охлаждаемых продуктов. Конструкция этого вида оборудования предусматривает наличие двух охлаждаемых отделений - камеру прилавка и витрину. Камера прилавка предназначена для хранения скоропортящихся товаров. В витрине выкладывают товары, предназначенные для демонстрации и выбора покупателем.

В магазинах, торгующих скоропортящимися продуктами по методу самообслуживания, широко применяют прилавки-витрины ПВХС-1-0,4 («Пингвин-ВС») и ПВХС-1-0,315 («Таир-102»).

Для оснащения магазинов, где продажа скоропортящихся продуктов осуществляется через отделы, обслуживаемые продавцами, используют закрытые прилавки-витрины ПВХ-1-0,5 («Пингвин-В»), ПВХС-1-0,315 («Таир-106»).

**1.4 Торговое измерительное оборудование**

Для осуществления операций, связанных с приёмкой товаров, подготовкой их к продаже и отпуском, применяется торговое измерительное оборудование: весы, гири, меры длины и объёма.

Весы - прибор для измерения массы товара. Основными признаками их классификации служат: принцип действия; место и способ установки; вид указательного устройства; вид отсчёта показаний взвешивания; способ снятия показаний Наглядно представлено на рис.5.[22].

Рисунок 5. Классификация торгово-измерительного оборудования

В зависимости от принципа действия различают рычажные и электромеханические весы. Рычажные весы наиболее распространены в торговле. Их механизм состоит из основных, передаточных и вспомогательных рычагов, соединенных с помощью призм, подушек, колец и тяг. Электромеханические весы устроены на основе принципа автоматического преобразования усилия от взвешиваемого груза в электрический сигнал, поступающий в электронный блок. Из электронного блока информация о цене, массе и стоимости товара выводится на блок индикации с цифровым табло.

По месту и способу установки весы делят на настольные, передвижные и стационарные.

По виду указательного устройства подразделяют на гирные, шкальные, шкально-гирные, циферблатные и цифровые электронные.

По виду отсчёта показаний взвешивания бывают с визуальным отсчётом и с документальной регистрацией.

По способу снятия показаний различают весы с местным и дистанционным способами снятия показаний.

Характеристика основных технических и эксплуатационных данных различных весов заложена в их условную буквенно-цифровую индексацию. Например, индекс РН-10Ц13 (Р-рычажные; Н-настольные; 10-наибольший предел взвешивания - 10кг; Ц-циферблатные; 1-с визуальным отсчётом; 3-с местным способом снятия показаний).

Магазины оснащают в основном весами настольными циферблатными и товарными весами. Используются также весы настольные обыкновенные и электронные.

К весам предъявляются метрологические и эксплуатационные требования. Важнейшими метрологическими требованиями является: точность взвешивания, чувствительность, постоянство показаний и устойчивость.

Весы следует считать точными в том случае, если они дают показания измерения массы с отклонением от истинных показаний в пределах допустимой погрешности. Чувствительность - их свойство выходить из состояния равновесия при незначительном увеличении нагрузки. Постоянство показаний определяется свойством весов давать одинаковые показания при многократном взвешивании одного и того же груза. Устойчивость весов - способность в ненагруженном виде самостоятельно возвращаться в исходное положение после выведения их из состояния равновесия.

К основным эксплуатационным требованиям, предъявляемым к весам, относят: надёжность (способность исправно и безотказно выполнять свои функции в течение всего срока эксплуатации), наглядность показаний (хорошая обозримость и читаемость показаний весов), максимальная скорость взвешивания (их способность быстро приходить в состояние равновесия).

Кроме того, весы должны отвечать санитарно-гигиеническим требованиям, которые предусматривают их изготовление из материалов, являющихся нейтральными по отношению к взвешиваемым товарам и окружающей среде. Их конструкция и отделка поверхностей деталей не должны препятствовать чистке и мытью.

Рассмотрим наиболее часто используемые модели весов[15].

Весы настольные циферблатные РН-10Ц13У предназначены для взвешивания товаров массой от 100г до 10кг. Они обладают достаточной наглядностью взвешивания. Масса грузов в пределах от 100 до 1000г определяется по показаниям стрелок на циферблате, свыше 1000г - с помощью гирь и показаний стрелок.

Весы настольные циферблатные РН-3Ц13У имеет предел взвешивания от 40 до 3000г. Фиксация значения массы взвешиваемого груза осуществляется при помощи стрелки на круглой шкале циферблата.

Весы циферблатные лотковые ВЦП-10М предназначены для взвешивания овощей и фруктов, предел взвешивания - от 500г до 10кг. Масса груза определяется по показаниям стрелки циферблата.

Электронные весы - настольные одноплощадные весы с виброчастотным датчиком и цифровым указателем массы и стоимости. Служат для взвешивания товаров и автоматического определения их стоимости. В конструкции весов использованы современные интегральные схемы, бесконтактные переключатели, обеспечивающие высокую надёжность весов и скорость взвешивания.

Так, весы электронные 9026 ВН-3Д13 предназначены для определения массы и стоимости товаров при их фасовании или продаже. Эксплуатируют их при температуре воздуха в помещении в пределах от 10 до 400С и относительной влажности воздуха не более 80 процентов. Имеют наибольший предел взвешивания - 3кг, наименьший - 2г. Единицы дискретности показания массы - 2г, дискретности ввода цены - 1коп., а диапазон ввода цены - 4 разряда. Время измерения массы и вычисления стоимости - 2с. Весы имеют следующие погрешности в процессе эксплуатации: при взвешивании от 20г до 1кг - ±2г; при взвешивании от 1кг до 3кг - ±4г.

Весы очень удобны в эксплуатации. Они имеют хорошую обозримость и читаемость показаний. Их блок индикации можно устанавливать под различными углами по отношению к весовому устройству.

Для коррекции массы тары при ненагруженной грузоприёмной площадке или при наличии на ней тары служит кнопка «Тара», после нажатия которой появляются нулевые показания тары[5,13,24].

Весы товарные служат для определения в магазинах массы тяжёлых и крупногабаритных грузов. Например, на весах РП-150Ц-13Т взвешивают грузы массой от 7,5 до 150кг, а на весах РП-600Ц-136 - от 30 до 600кг. Весы обеих марок имеют циферблатные указатели. Весы шкальные РП-100Ш-13 служат для взвешивания грузов массой от 5 до 100кг. Доя оснащения магазинов, также широко используются шкально-гирные с качающейся платформой и коромыслом, опирающимся на стойку. Они имеют шкалу с передвижной встроенной гирей, указатель равновесия и гиредержатель с тарировочной камерой.

Для измерения массы товаров на весах применяют гири общего назначения и условные. Торговые гири выпускаются массой 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500г и 1, 2, 5, 10кг. Их форма, основные размеры и допустимые отклонения от номинальной массы установлены стандартом. Для каждого типа весов выпускается определённый набор гирь. Условные гири служат для определения массы на товарных весах. Их изготовляют в виде плоских цилиндров с радиальным вырезом, который служит для надевания гирь на гиредержатель весов. Эти гири имеют массу 100, 200, 500г и 1, 2, 5кг. На их поверхности указывается масса, превышающая номинальную в 100 раз.

Торговое измерительное оборудование должно своевременно подвергаться поверке и клеймению. Меры длины и объёма (кроме стеклянных мер объёма) поверяются не реже одного раза в два года, весоизмерительные приборы и гири - не реже одного раза в год. Стеклянные меры объёма клеймятся при выпуске их из производства. При поверке проводят технический осмотр и контрольные испытания измерительного оборудования, чтобы установить пригодность его к эксплуатации. Порядок поверки весов каждого типа определён соответствующим стандартом. Весы, отвечающие всем требованиям поверки, клеймят. Клеймо ставится на коромысле, съемных чашках, передвижной гире или на пломбе (на циферблатных весах). Клеймение гирь заключается в нанесении поверительного клейма на алюминиевую пробку, при помощи которой запрессовывается отверстие тарировочной полости гирь после их поверки.

Поверку и клеймение измерительного оборудования осуществляют непосредственно в лабораториях государственного надзора за измерительной техникой и стандартами Госстандарта, куда его доставляют торговые организации и предприятия. Громоздкие стационарные весы клеймят на месте.

Не прошедшие поверку или с просроченным клеймом весы и гири нельзя хранить в магазине.

**1.5 Контрольно-кассовое оборудование**

Расчётные операции с покупателями играют важную роль в торгово-технологическом процессе магазина. От правильной их организации зависят затраты покупателями времени на приобретение товаров.

Расчёты с покупателями могут осуществляться путём приёма денег непосредственно продавцом, кассиром или кассиром-контролёром и одновременного учёта поступившей суммы с помощью кассовой машины. Контрольно-кассовые машины обеспечивают наглядность, простоту и правильность расчёта, контроль за ведением расчётно-кассовых операций, точность учёта денежных поступлений. При этом значительно ускоряет процесс расчётов с покупателями.

Конструкция современных контрольно-кассовых машин позволяет вести учёт нарастающим итогом полученных от покупателей денег, печатать чек с различными данными, печатать на контрольной ленте порядковый номер чека, уплаченную сумму, шифр, номер счётчика. Одновременно на их индикаторах указывается проведённая сумма, шифр и номер счётчика. Полученную в контрольно-кассовых аппаратах информацию можно выводить на магнитную или перфорированную ленту с последующей обработкой данных на электронных вычислительных машинах с целью изучения спроса, определения объёма продажи товаров.

Контрольно-кассовые машины состоят из следующих основных механизмов: установочного, индикаторного, счётного, чекопечатающего, передаточного, приводного, блокировочного и замыкающего.

Установочный механизм, выполненный в виде набора клавишей, служат для набора денежных сумм, проводимых через кассовую машину, установки шифра и счётчика, на котором должна быть отражена сумма, и включения электропривода.

Индикаторный механизм необходим для информации кассира и покупателя о набранной сумме, установленном шифре чека и номере секционного счётчика, по которому проведена операция.

Счётный механизм состоит из набора суммирующих, контрольных и операционных счётчиков.

С помощью чекопечатывающего механизма получается чек с соответствующими реквизитами. Он служит для печатания контрольной ленты.

Передаточный механизм передают на суммирующие счётчики, печатающее устройство, индикатор данных данные, набранные на установочном механизме.

Приведение в действие всех узлов контрольно-кассовой машины осуществляется электрическим или ручным приводным механизмом.

Блокировочный механизм служит для блокирования (запирания) механизма включения машины при обрыве или отсутствии чековой или контрольной ленты.

Замыкающий механизм применяется для замыкания всего механизма машины или её отдельных узлов. С его помощью осуществляется включение машины в определённый режим работы и выполнение операций по снятию и гашению показаний суммирующих счётчиков. Он состоит из замков и набора ключей к ним.

В торговле используют контрольно-кассовые машины, подразделяющиеся на следующие типы:

Рисунок 6. Типы контрольно-кассовых машин

В автономных контрольно-кассовых машинах расширение функциональных возможностей может достигаться только за счёт подключения дополнительных устройств ввода-вывода, управляемых контрольно-кассовой машиной по размещённым в ней программах. К этому же типу относятся и портативные контрольно-кассовые машины, имеющие возможность работать без постоянного подключения к электросети.

Пассивная системная контрольно-кассовая машина имеет возможность работать в компьютерно-кассовой системе, но она не имеет возможности управлять работой этой системы. Она же может использоваться и как автономная контрольно-кассовая машина.

Активная системная контрольно-кассовая машина имеет возможность работать в компьютерно-кассовой системе, управляя при этом работой системы. К активным системным контрольно-кассовым машинам относятся также компьютерные кассовые терминалы, созданные на базе IBM-совместимого компьютера. Они обладают возможностями по поводу вводу-выводу, хранению, обработке и отображению информации. Могут использоваться как пассивные системы или автономные контрольно-кассовые машины.

Фискальный регистратор представляет собой контрольно-кассовую машину, способную работать только в составе компьютерно-кассовой системы, получая данные через канал связи.

К эксплуатации допускаются модели контрольно-кассовых машин, которые включены в Госреестр Российской Федерации.

Для оснащения крупных магазинов самообслуживания предназначен расчётный узел РУМС-1, состоящий из кабины контролёра-кассира, механизма для автоматической выдачи сдачи разменной монетой, конвейера для перемещения товара и других устройств, позволяющих значительно ускорить расчётные операции с покупателями и пропускную способность узла расчёта.

Наиболее современными и перспективными являются компьютерные кассы. Компьютерная касса представляет собой компьютер со специальными интерфейсами для кассового ящика, дисплеем в две-три строки текста для покупателя, ключами ограничения доступа и специальной фискальной платой, которая фиксирует ежедневную выручку. Компьютерную кассу, подключённую к сети, можно запрограммировать для учёта специфических требований магазина (цвета, размера, артикула товара). Она может обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, а также собственные предоплатно-дисконтные карты магазина и позволяет получить полный контроль над действиями работников. Существенно ускоряется процесс обслуживания покупателей, так как касса считывает штрих-код и только за счёт этого скорость обслуживания увеличивается на 5-20 процентов, а товарооборот в час «пик» - на 2-10 процентов.

Однако внедрение системы с компьютерными кассами требует значительных затрат. Поэтому можно использовать более дешёвые аппараты, имеющие связь с компьютером и благодаря этому способные выполнять примерно те же функции, что и компьютерные кассы.

**1.6 Методика определения потребности в торговом оборудовании**

Потребность в других видах торгово-технологического оборудования определяется на основании примерных норм технического оснащения магазинов или расчётным путём.

Так, количество весоизмерительных приборов в торговом зале магазина определяется числом рабочих мест, на которых необходимы весы. Кроме того, нужно иметь резерв для замены весов, вышедших из строя, а также для организации продажи товаров вне магазина. Потребность в весах для фасования определяется числом работников, занятых на этой операции. При определении контрольного количества товарных весов исходят из объёма суточного грузооборота магазина, пропускной способности весов. Их подбирают таким образом, чтобы они обеспечивали высокую производительность труда, необходимую точность учёта товаров по массе в магазине, а также при отпуске их получателям и при фасовании.

Определение потребности в весоизмерительном оборудовании.

Рассчитать количество весов, необходимых для нормальной работы магазина.

NПР=Т/Р, [2]

где Т-товарооборот за смену,

Р - пропускная способность весов за смену.

Определение фактической потребности в весах

NB= NBP+NЗ+NK, [3]

где NB - количество весов,

NBP - количество рабочих мест,

NЗ - количество резервных весов,

NK - количество контрольных весов.

Контрольно-кассовыми машинами магазины оснащаются из расчёта один кассовый аппарат на каждое рабочее место кассира-контролёра. При этом рекомендуется независимо от типа магазина иметь одну резервную контрольно-кассовую машину.

Определение потребности в контрольно-кассовом оборудовании.

1) определение товарооборота на 1м2 торговой площади

Т1=Р/П, [4]

где Р - товарооборот за квартал,

П - торговая площадь.

2) определение товарооборота, приходящегося на 1 смену на 100 м2 торгового зала

Т2=(Т1\*100)/(Кс\*Кд), [5]

где Кс - коэффициент, учитывающий продолжительность работы в смену,

Кд - коэффициент, учитывающий продолжительность работы магазина за отчётный период в днях.

3) определение количества покупок за смену

NП=Т2/С,[6]

где С - средняя стоимость покупки.

4) определение общих затрат времени на расчёт с покупателем в смену, приходящихся на 100 м2 торговой площади

ф1=NП\*KН\*Дф, [7]

где NП - количество покупок за смену,

KН - коэффициент затраченного времени (0,3),

Дф - затраченное время кассира на расчёт с одним покупателем.

5) определение потребности в контрольно-кассовом оборудовании на 100 м2 площади

N100= ф1/ (ф2\* КИ), [8]

где - ф2 - общий фонд времени кассира в смену (3600\*7=25000 сек),

КИ - коэффициент использования рабочего времени кассира.

6) Расчет количества контрольно-кассовых машин

NP=( N100\*П)/100, [9]

где П - торговая площадь.

При определении потребности в торговом холодильном оборудовании учитывают объём реализации скоропортящихся продуктов и сроки их хранения, методы продажи товаров.

Определение необходимого количества в холодильном оборудовании.

V=?G1/( с\*г), [10]

где G1 - масса одного продукта с учётом хранения,

с - плотность данного продукта,

г - коэффициент учитывающий массу тары, в которой хранятся продукты.

Потребность в торговом оборудовании определяют на основе действующих норм технического оснащения магазинов, которые дифференцированы по типам магазинов и размерам их торговой площади.

**2 Организационно-экономическая характеристика объекта**

**исследования**

**2.1 Организационно-правовая характеристика магазина**

В данной курсовой работе анализировалось торговое оборудование в ООО «ТД Михайлова плюс» - универмаге «Балтийский», который располагается по адресу: Россия, город Железногорск, Красноярского края, по улице Курчатова 2. Режим работы: с 8.00 до 23.00 часов, без выходных и перерыва на обед. Списочная численность работников на 01.01.2009г. составляет 13 человек.

Владельцем данного магазина является предприниматель с образованием юридического лица, который поставлен на учет в налоговом органе ИНН 002452026086.

ООО «ТД Михайлова плюс» - это встроено-пристроенное помещение жилого дома, занимающее помещение 16 квартир (подсобные помещения, две раздевалки, администраторская, склады).

Основной принцип предприятия - высокое качество обслуживания и предлагаемого товара.

Генеральный директор - управляющий сети универмагов ООО «ТД Михайлова» - Моргунов Геннадий Семёнович.

ООО «ТД Михайлова плюс» является юридическим лицом и свою деятельность организует на основании Устава ФЗРФ, имеет круглую печать содержащую: полное фирменное название и указание на его месторасположение, название города, ИНН, ОГРН, номер магазина.

В соответствие с Уставом основным видом деятельности общества является розничная торговля.

Тип данного магазина - универмаг, где товар реализуется методом самообслуживания.

По специализации ООО «ТД Михайлова плюс» является универсальным магазином, т.к. реализует все группы товаров и услуг. Все помещения расположенные внутри магазина отвечают технологическим, архитектурно-строительным, экономическим и санитарно-гигиеническим требованиям. Общая площадь - 372,3 кв.м., торговая площадь - 234,5 кв.м.

Имеющиеся отделы расположены удобно для покупателей и удовлетворяющие их потребности.

Для улучшения покупательского спроса магазин стал сотрудничать с компьютерным клубом ООО «Смайлс» и отделом бытовой химии «Эгоистка».

В ООО «ТД Михайлова плюс» используются различные формы продажи: через прилавок, самообслуживание, по образцам. Для удобства и оперативности работы ООО «ТД Михайлова плюс» имеет современную технику - компьютеры, принтеры, копировальные машины, факс, купюросчётные машины и машину для уничтожения бумаг.

Ежегодно в «Балтийском» проводится большая работа по со-вершенствованию торгово-технологического процесса. Производится «техническое перевооружение» секций, ведётся закуп оборудования, модернизация витрин. В универмаге к услугам покупателей широкий спектр услуг: предоставление информации о товарах; действующие скидки; проведение дегустаций[18,19].

В универмаге проводится активная работа по рекламе новых и имеющихся в продаже товаров путём демонстрации новых видов продукции.

В ООО «ТД Михайлова плюс» очень строгая дисциплина к работникам, а особенно к продавцам, кассирам-контролёрам и охранникам. На летний и зимний период предусмотрена отдельная униформа, что придаёт эстетичный вид магазину.

Для продавцов универмаг открывается в 7:45 утра, так как технический персонал делает уборку помещения, а продавцы и кассиры готовятся к рабочему дню. От поставщиков и со склада товар поступает равномерно и, поэтому продавцы выставляют его на прилавки в течение всего рабочего дня.

ООО «ТД Михайлова плюс» - не большое современное торговое предприятие, которое готово к конкуренции с другими магазинами. В долгосрочном плане есть намерение создавать более выгодные и комфортные условия для покупателей, повышать уровень сервиса. Такой универсальный продовольственный магазин как ООО «ТД Михайлова плюс» очень удобен покупателям тем, что:

Имеется достаточно широкий выбор товаров представленный по различным ценам;

Расположен в одном из престижных районов города;

Работает без выходных дней и перерыва на обед.

В ООО «ТД Михайлова плюс» большое внимание уделяется технике безопасности. В соответствии с нормативной документацией проводится работа по охране труда, в каждой секции имеется журнал по регистрации инструктажа, который проводится 2 раза в год инженером по охране труда и технической безопасности. Для обеспечения противопожарной безопасности используется система с автоматическим включением в случае возгорания. Имеются огнетушители и кнопки сигнала, план эвакуации в случае пожара[9].

Организационная структура ООО «ТД Михайлова плюс» характеризуется иерархичностью аппарата управления, т.е. взаимоподчинением органов, где члены низшей ступени управления находятся в непосредственном подчинении руководителя более высокого уровня[10].Более наглядно она представлена на рис.7.

Рисунок 7. Организационная структура ООО «ТД Михайлова плюс»

Управление предприятием осуществляет генеральный директор, он является исполнительным единоличным органом, который занимается руководством текущей деятельности. В его подчинении находятся:

главный бухгалтер, который в свою очередь контролирует работу центральной бухгалтерии, отдела финансово-расчётных операций и контроля, отдела по учёту товаров, тары и группу кассиров.

товароведы.

заместитель по коммерческой работе, в подчинении которого находится торговый отдел.

заместитель по кадрам.

Штат сотрудников магазина на 2008г. составляет 23 человека. Существуют должностные инструкции, действующие в соответствие с уставом, утверждённым руководителем в соответствие со штатным расписанием.

Для того чтобы понять нужно ли «Балтийскому» повышать квалификацию работников, надо провести всевозможные анализы персонала предприятия: по стажу работы, уровню образования. Также проанализировать по производительности труда, как всего коллектива, так и на каждого человека. Что проанализировано в таблицах 1, 2.

Таблица 1 - Основные показатели, используемые при анализе персонала предприятия

|  |
| --- |
|  |
| Признак классификации | Виды трудовых ресурсов |  |
| 1. По видам деятельности | В розничной торговле. |  |
| 2. По организационному уровню управления | Трудовые ресурсы отрасли в целом; трудовые ресурсы торговых систем и объединений; трудовые ресурсы торговых предприятий |  |
| 3. По технологической характеристике | Административно-управленческий персонал; торгово-оперативный персонал; вспомогательный или обслуживающий персонал |  |
| 4. По функциональной характеристике | Руководители; специалисты; рабочие |  |
| 5. По половозрастному составу | а) мужчины: до 20 лет, от 20 до 30 лет. б) женщины: до 20 лет; от 20 до 55 лет; свыше 55 лет |  |
| 6. По стажу работы в торговле | Работники со стажем работы: до 1 года; от 1 года до 3 лет; от 3 до 10 лет; свыше 10 лет |  |
| 7. По образовательному уровню | Работники с высшим образованием; работники со средним специальным образованием. |  |
| 8. По характеру профессиональной подготовки | Работники, окончившие вузы; работники, окончившие торговые техникумы, училища. |  |
| 9. В зависимости от формы собственности на имущество предприятия | Собственники имущества; привлеченные работники |  |
|  |  |  |

Для более полного анализа было проанализировано штатное расписание предприятия, выделив административно-управленческий, торгово-оперативный и младший обслуживающий персонал (таблице 2.). Персонал подобран правильно, но всё равно ощущается нехватка работников

Таблица 2 - Характеристика персонала торгового предприятия

|  |
| --- |
|  |
| Персонал | На 01.01.2008 | На 01.01.2009 | Отклонение |  |
|  | Кол-во, чел | Уд. вес, % | Кол-во,чел. | Уд. вес, % |  |  |
| Административно- управленческий | 6 | 1,68 | 6 | 1,38 | 0 |  |
| Торгово-оперативный | 19 | 5,32 | 14 | 3,22 | 5 |  |
| Младший обслуживающий | 3 | 0,84 | 3 | 0,69 | 0 |  |
| Итого | 28 | 7,84 | 23 | 5,29 | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Анализ стажа работы и образовательного уровня работников торгового предприятия, при этом сделала вывод об уровне квалификации и профессионализме работников и др., о возможности решения работниками поставленных задач и достижения целей предприятия (табл.3,4).

Таблица 3 - Анализ персонала предприятия по уровню образования

|  |
| --- |
|  |
| Персонал | Количество всего чел. | Высшее | Среднее специальное | Среднее |  |
|  |  | чел. | доля, % | чел. | доля, % | чел. | доля, % |  |
| Административно-управленческий | 6 | 6 | 0,6 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |
| Торгово-оперативный | 14 | 4 | 0,4 | 4 | 0,16 | 0 | 0 |  |
| Младший обслуживающий | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |
| Итого: | 23 | 10 | 1,0 | 4 | 0,16 | 0 | 0 |  |
| Удельный вес от общей численности работников, % | 5,29 | 1 | 0,01 | 0,16 | 0,00025 | 0 | 0 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Анализ производительности труда персонала и одного работника в динамике.

Таблица 4 - Анализ персонала предприятия по стажу работы в торговле

|  |
| --- |
|  |
| Персонал | Кол-во, чел. | 1-3 года | 3-8 лет | Более 8 лет |  |
|  |  | чел. | доля, % | чел. | доля, % | чел. | доля, % |  |
| Административно - управленческий | 6 | 1 | 0,13 | 2 | 0,04 | 3 | 0,09 |  |
| Торгово-оперативный | 14 | 12 | 1,56 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |
| Младший обслуживающий | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |
| Итого: | 23 | 13 | 1,69 | 2 | 0,04 | 3 | 0,09 |  |
| Удельный вес от общей численности работников, % | 5,29 | 1,69 | 0,029 | 0,04 | 0,00002 | 0,09 | 0,002 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Таблица 5 - Анализ производительности труда персонала торгового предприятия

|  |
| --- |
|  |
| Показатели | 2007 | 2008 | Отклонение |  |
| 1. Товарооборот, тыс. руб. | 3000 | 4000 | 1000 |  |
| 2. Численность работников, чел. | 36 | 23 | 13 |  |
| 3. Численность работников торгово-оперативного персонала, чел. | 19 | 14 | 5 |  |
| 4. Производительность труда одного работника, тыс. руб./ чел. | 288 | 184 | 104 |  |
| 5. Производительность труда одного работника торгово-оперативного персонала, тыс. руб./ чел. | 160 | 112 | 48 |  |
|  |  |  |  |  |

В ООО «ТД Михайлова плюс» работают достаточно опытные работники, направляя предприятие по направлению к успеху. С образованием практически все, но в основном работает персонал со средним специальным (техникумы, колледжи). С высшим образованием вся администрация и некоторые продавцы с не полным высшим. По отношению к предыдущему году достаточно прилично повысился уровень образованности персонала. Постоянно приходят работать люди со своим мировоззрением, которое отличается от остальных, уже сработавшегося коллектива, что помогает по-другому видеть и выставку нового товара.

На качество обслуживания покупателей существенное влияние оказывают квалифицированный и общеобразовательный уровень работников магазина. Поэтому одним из направлений совершенствования организации труда является подготовка и повышение квалификации кадров (аттестация).

Квалификационная характеристика разрабатывается на каждую должность и содержит три раздела: общие требования, что должен знать работник по каждой должности. Работой с кадрами занимается отдел кадров. График выхода на работу продавцов составляется администраторами и утверждается заведующей.

Администраторы должны строго соблюдать режим рабочего времени, установленный для суммированного учёта рабочего времени. Учётный период (месяц) не должен превышать нормального числа рабочих часов. Продолжительность ежедневного рабочего времени 8 часов. Время предоставления перерыва на обед с 11:30 до 14:30 часов. Продолжительность перерыва на обед 15 минут. Выходные дни проставляются в различные дни недели согласно графика.

Ассортимент продаваемых товаров достаточно широк, начиная с продовольственных товаров первой необходимости и заканчивая эксклюзивной продукцией.

Магазин состоит из 5 отделов: виноводочного, молочного, гастрономи-ческого, кондитерского, фруктово-овощного и хлебного. В отделе вино-водка по лицензии разрешено продавать все алкогольные напитки, кроме питьевого спирта. Почти вся алкогольная продукция, за исключением дорогих вин, коньяков и некоторых видов водки, была снята с продажи для замены, так как недавно в силу вступил закон о замене старых акцизных марок[18,21,26].

Функции универмага разнообразны, начиная от приёмки товаров других магазинов и заканчивая поставками своей продукции в другие точки, не только нашего города, но и в близ лежащие пункты продажи. Весь торгово-технологический процесс магазина можно разделить на 3 основные части:

Операции с товарами до предложения потребителям (разгрузка, доставка товара в зону приёмки, приёмка, хранение, подготовка товара к продаже (например, заворачивание и упаковывание хлеба, мороженых продуктов, фасование различных круп, сахара, муки));

Операции, связанные с обслуживанием покупателей (встреча покупателя, предложение и отбор товара, расчёт за отобранные товары, оказание дополнительных услуг (например, предложение покупателю упаковывание товара в пакет));

Дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

Наглядно схема торгово-технологического процесса анализируемого предприятия представлена ниже на рис.8.

Рисунок 8. Схема торгово-технологического процесса магазина

Установленный распорядок магазина обеспечивает: выполнение товарооборота, максимально удовлетворяет потребности населения в торговых услугах и создаёт для этого необходимые условия - повышение эффективности труда, формирование психологического климата в коллективе.

Администрация магазина применяет в управлении работой экономические, административные, правовые и социально - психологические методы.

Нужно повышать уровень профессиональной деятельности персонала, проводить различные беседы и тренинги по повышению квалификации.

**2.2 Экономическая характеристика предприятия**

Для более полного анализа деятельности необходимо проанализировать основные экономические показатели торгового предприятия в динамике, которые представлены на табл. 6.

Таблица 6 - Анализ основных экономических показателей деятельности торгового предприятия за 2007-2008 годы

|  |
| --- |
|  |
| Показатели | Ед. изм. | 2007 | 2008 | Отклоне  ние (+;-) |  |
| А | Б | 1 | 2 | 3 |  |
| Товарооборот (оборот по розничной реализации) без НДС | тыс. руб. | 3000 | 4000 | 1000 |  |
| Торговая площадь | м2 | 234,5 | 234,5 | 0 |  |
| Товарооборот на 1 м2 торговой площади | тыс. руб./м2 | 127,9 | 170,6 | +43 |  |
| Численность работников, всего | чел. | 36 | 23 | 13 |  |
| в т. ч. работников ТОП | чел. | 17 | 14 | 3 |  |
| Производительность труда одного работника | тыс. руб.  чел. | 288 | 184 | 104 |  |
| Производительность труда одного работника ТОП | тыс. руб.  чел. | 160 | 112 | 48 |  |
| 7. Валовая прибыль (валовой доход) | тыс. руб. | 155 | 143,5 | 11,5 |  |
| Показатели | Ед. изм. | 2007 | 2008 | Отклонение (+;-) |  |
| - уровень (к товарообороту без НДС) | % | 16,6 | 22,2 | 5,7 |  |
| 8. Издержки обращения | тыс. руб. | 5000 | 3500 | 1500 |  |
| - уровень к товарообороту | % | 2,9 | 3,9 | 1,0 |  |
| - расходы на оплату труда | тыс. руб. | 90000 | 90000 | 0 |  |
| - уровень к товарообороту | % | 2,9 | 3,9 | 1,0 |  |
| 9. Среднемесячная заработная плата 1 раб. | тыс. руб. | 7000-7500 | 7000-7500 | 0 |  |
| 10. Прибыль (убыток) от продаж (рентабельность продаж) | тыс. руб. | 150000 | 140000 | 10000 |  |
| - рентабельность продаж | % | 1,5 | 1,4 | -1,0 |  |
| 11. Доходы от участия в деятельности других предприятий | тыс. руб. | 150000 | 170000 | 20000 |  |
| 12. Проценты к получению | тыс. руб. | 1500 | 2000 | 500 |  |
| 13. Проценты к уплате | тыс. руб. | 1000 | 1000 | 0 |  |
| 14. Прочие операционные доходы | тыс. руб. | 50000 | 65000 | 15000 |  |
| 15. Прочие операционные расходы | тыс. руб. | 19000 | 17500 | 1500 |  |
| 16. Прочие внереализационные доходы | тыс. руб. | 300000 | 350000 | 50000 |  |
| 17. Прочие внереализационные расходы | тыс. руб. | 17500 | 16000 | 1500 |  |
| 18.Прибыль доналогообложения | тыс. руб. | 246000 | 399000 | 153000 |  |
| 19.Рентабельность предприятия | % | 44,8 | 37,5 | 7,3 |  |
| 20. Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | тыс. руб. | 540000 | 300000 | 240000 |  |
| 21. Прибыль от обычной деятельности | тыс. руб. | 900000 | 1500000 | 600000 |  |
| - рентабельность обычной деятельности | % | 44,8 | 37,5 | 7,3 |  |
| 22. Чистая прибыль (убыток) отчетного года | тыс. руб. | 700000 | 935000 | 235000 |  |
| - рентабельность конечной деятельности | % | 44,8 | 37,5 | 7,3 |  |
|  |  |  |  |  |  |

Проанализировав основные показатели деятельности торгового предприятия было замечено, что изменения произошли из-за низкой заработной платы, поэтому сократился штат сотрудников. Увеличение товарооборота произошло, с одной стороны, из-за смены директора магазина, с другой, из-за привлечения новых специалистов, в том числе нового товароведа, которая в прошлом году занимала должность заведующей магазином из сети универмагов ООО «ТД Михайлова плюс». Также изменения произошли из-за большей части смены поставщиков продуктов. Привлечены поставщики не только местных производителей, но так же и иногородние, как например, из городов: Томск, Абакан, Минусинск и др.; близ лежащих деревень. Также руководством были решены проблемы хранения товара, что теперь товар, везут прямо в магазин, без завоза на склады.

Следующим этапом экономической характеристики является анализ розничного товарооборота по структуре в действующих ценах. Рекомендуется составить следующую таблицу (табл. 7).

Таблица 7 - Анализ розничного товарооборота по структуре в действующих ценах

|  |
| --- |
|  |
| Товарные группы | 2007 | 2008 | Абсол. отклонение |  |
|  | сумма, руб | удельный вес, % | сумма, руб | удельный вес, % |  |  |
| Кондитерские | 600000 | 20 | 850000 | 21,2 | 250000 |  |
| Хлебобулоч-  ные изделия | 400000 | 13,3 | 550000 | 13,8 | 150000 |  |
| Вино-водочная продукция | 1000000 | 33,3 | 1200000 | 30 | 200000 |  |
| Молоко и молочные продукты | 250000 | 8,3 | 350000 | 8,8 | 100000 |  |
| Рыба и рыбные продукты | 158000 | 5,3 | 200000 | 5 | 42000 |  |
| Консервы | 192000 | 6,4 | 250000 | 6,2 | 58000 |  |
| Фрукты и овощи | 400000 | 13,3 | 600000 | 15 | 200000 |  |
| Итого: | 3000000 | 100 | 4000000 | 100 | 1000000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

В данном пункте необходимо провести изучение влияния на изменение объемов розничной продажи товаров, величин, применяемых ресурсов и эффективности их использования.

Известно, что прирост товарооборота может быть обусловлен экстенсивными факторами (увеличение числа продавцов, увеличение торговых площадей, прирост суммы оборотных средств) или интенсивными факторами (повышением производительности труда, ростом товарооборота с 1 м2 торговой площади, ускорением оборачиваемости оборотных средств).

Следующим показателем исследования предприятия является анализ развития розничного товарооборота и использования отдельных видов ресурсов, который показан ниже на основе данных табл.8.

Таблица 8 - Показатели розничного товарооборота и использования отдельных видов ресурсов в магазине

|  |
| --- |
|  |
| Показатели | 2007 | 2008 | Отклонение | Темп роста, % |  |
| 1. Розничный товарооборот, тыс. руб. | 2000 | 2666 | 666 | 75 |  |
| 2. Среднесписочная численность работников, чел. | 36 | 32 | 4 | 101,4 |  |
| 3. Розничный товарооборот на:  - одного работника, тыс. руб. | 288 | 184 | -104 | 100,6 |  |
| - 1 м2 торговой площади | 6,759 | 6,826 | +0,067 | 100,1 |  |
|  |  |  |  |  |  |

в сопоставимых ценах

По данным табл. видно, что розничный товарооборот магазина возрос за год на 666 тыс. руб. За счет уменьшения численности работников на 4 человека прирост товарооборота составил 1152 тыс. рублей (288 Ч 4), а за счет повышения производительности труда (товарооборота на одного работника) - на 3328 тыс. руб. (104Ч 32). Доля прироста розничного товарооборота за счет интенсивного фактора - 3,3% (3328 / 1000 Ч 100). Это означает, что магазин в отчетном году снизил эффективность использования трудовых ресурсов. За счет этого фактора обеспечен незначительный прирост товарооборота. Хорошим результатом считается достижение 50 % прироста товарооборота за счет интенсивного фактора, а более высокий показатель свидетельствует о преимущественно интенсивном развитии.

Аналогичный подход используется для увязки развития товарооборота с наличием торговых площадей. По данным табл. 8 следует, что за счет увеличения торговой площади на 24 м2 розничный товарооборот магазина за отчетный год возрос на 163 тыс. руб. (6,759 Ч24), а за счет увеличения товарооборота с 1 м2 торговой площади - 164 тыс. руб. (0,067 Ч 2 444). Доля прироста товарооборота, полученная за счет повышения эффективности использования торговых площадей - 50 %.

**2.3 Анализ торгово-технологического оборудования магазина**

Расчет установочной и выставочной площадей, определение коэффициента емкости оборудования (табл. 9).

Таблица 9 - Расчет установочной и выставочной площадей в магазине

|  |
| --- |
|  |
| Наименование оборудования | Количество | Размер, см | Количество полок | Установочная площадь, м2 | Выставочная площадь, м2 |  |
| Стеллажи:  - пристенные  - островные | 48  16  32 | 100 | 5 | 20,5 | 1,0 |  |
| Сетчатые контейнеры | 4 | 160 | 4 | 2,7 | 0,1 |  |
| Суперструктуры | 8 | 100 | 2 | 3,4 | 0,1 |  |
| Витрины | 6 | 100 | 1 | 2,55 | 0,02 |  |
| Холодильное оборудование:  - пристенные охлаждаемые прилавки;  - холодильные шкафы;  - бонет;  -морозильные лари | 15  7  2  4  2 | 120 | 9  4  5  -  - | 7,7 | 0,6 |  |
| Весоизмери-тельное оборудование | 5 | - | - | 5,5 | - |  |
| Контрольно-кассовое оборудование | 3 | - | - | 5,5 | - |  |
| Итого: | 79 | 580 | 22 | 47,85 | 1,82 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Проанализировав материально-техническое оснащение торгового предприятия ООО «ТД Михайлова плюс», был сделан вывод, что для такой площади достаточно много оборудования, и оно используется под выставление товара достаточно хорошо. Но складывается ощущение, что иногда торгово-технологическое оборудование слишком загружают товаром и покупатель не очень обращает внимание на весь выставленный на него товар.

**2.4 Конкурентоспособность торгового предприятия**

Район обслуживания - общегородской. Планировка смешанная - линейная и островная.

Контингент обслуживания населения разнообразен: начиная от жителей района с невысоким уровнем дохода до людей, которым важно сделать покупку быстро, не обращая внимания на цену.

ООО «ТД Михайлова плюс» расположен в самом центре города, близ него недалеко располагается небольшой рынок «Центральный» и супермаркет «Центральный».

К коммерческим условиям конкурентоспособности относят следующие:

- Цены универмага ООО «ТД Михайлова» варьируются от очень высоких на такие товары (как например, коньяки и дорогие вина), средние (товары первой необходимости) до низких (фасованная продукция);

-ООО «ТД Михайлова плюс» сотрудничает с поставщиками, которые поставляют качественный товар в удобное для магазина время и по менее завышенным ценам.

-Данный магазин сотрудничает с достаточно большим количеством поставщиков не только из нашего города, но и из других городов, районов, областей;

-В универмаге ООО «ТД Михайлова плюс» за каждым продавцом закреплён свой конкретный отдел, за которым он следит, и за который он несёт ответственность, в случае поломки, потери продукта.

К организационным условиям относят следующие:

- обеспечение максимально возможного приближения продавцов товара к показателям, влияющим на снижение издержек обращения;

- доставка товаров в универмаг производится напрямую, без завоза на склады;

- грамотное пользование транспортными уставами, кодексами, правилами перевозок, транспортными тарифами и другими основополагающими документами в этой области;

- расширение послепродажного сервиса, оказываемого потребителям с гарантийным и послегарантийным обслуживанием.

Было проведено исследование на предприятии ООО «ТД Михайлова плюс» на уровень конкурентоспособности, результаты исследования приведены в таблицах 10 и 11.

Таблица 10 - Оценка предприятия по коммерческим условиям конкурентоспособности

|  |
| --- |
|  |
| № | Параметры | Предприятия-конкуренты |  |
|  |  | ООО «ТД Михайлова плюс» | Рынок «Центральный» | Магазин «Центральный» |  |
| 1 | ценовые показатели | 5 | 4 | 5 |  |
| 2 | показатели, характеризующие условия поставок и платежей за поставляемые товары; | 4 | 3 | 4 |  |
| 3 | показатели, характеризующие особенности действующих на рынке производителей и потребителей; | 5 | 3 | 5 |  |
| 4 | показатели, отражающие степень ответственности продавцов за выполнение обязательств и гарантий. | 4 | 2 | 3 |  |
|  |  |  |  |  |  |

Таблица 11 - Оценка предприятия по организационным условиям конкурентоспособности

|  |
| --- |
|  |
| № | Параметры | Предприятия-конкуренты |  |
|  |  | ООО «ТД Михайлова плюс» | Рынок «Центральный» | Магазин «Центральный» |  |
| 1 | обеспечение максимально возможного приближения продавцов товара к показателям, влияющим на снижение издержек обращения. | 5 | 3 | 4 |  |
| 2 | доставка товаров до места потребления не только крупными оптовыми партиями (транзитом), но и мелкими партиями через складские предприятия | 4 | 4 | 4 |  |
| 3 | грамотное пользование транспортными уставами, кодексами, правилами перевозок, транспортными тарифами и другими основополагающими документами в этой области | 5 | 3 | 4 |  |
| 4 | расширение послепродажного сервиса, оказываемого потребителям с гарантийным и послегарантийным обслуживанием. | 4 | 4 | 4 |  |
|  |  |  |  |  |  |

Проанализировав главные показатели, был сделан вывод, что ООО «ТД Михайлова плюс» конкурентоспособное предприятие и является достойным конкурентом для остальных торговых предприятий.

Для того чтобы остаться достойным конкурентом нужно чаще проводить маркетинговые исследования, постоянно повышать уровень квалификации работников данного предприятия.

**3 Принципы размещения торгового оборудования в торговом зале**

**магазина**

**3.1 Планировка торгового зала**

Как известно, приоритетные места в торговом зале располагаются в зависимости от покупательских потоков. В магазине существуют естественные направления движения покупателя, которые зависят от многих факторов: расположения входа, торгового оборудования в зале, касс и т.д. Схема движения потоков формируется таким образом, чтобы представить покупателю максимально большее число товаров.

Специалисты - маркетологи говорят о некой «тропе», по которой покупатель движется к месту, где можно купить товар. Построение «тропы» и проведение по ней покупателя - одна из главных задач мерчандайзинга.

Здесь необходимо отметить следующие основополагающие закономерности:

- 80-90% покупателей обходят все точки продаж, расположенные по периметру торгового зала, двигаясь против часовой стрелки; и только 40-50% посетителей обходят внутренние ряды.

- Покупатели не любят начинать маршрут со средних рядов, они не любят возвращаться обратно и любят «срезать углы».

- наиболее горячими областями при этом являются места начала потока покупателя и зоны касс (рис. 9).

Рисунок 9. Потоки покупателей в торговом зале и зоны продаж

Сильные зоны: Правая сторона, Боковые полки стеллажей, Перекрестки “троп покупателей”, Выступы в стеллажах, места куда покупатель “упирается взглядом”

Слабые зоны: Левая сторона, Средние ряды, Тупики рядов, Углы торгового зала, Примыкающая к входу область

Причем, пытливо-любознательное поведение покупателя у касс обусловлено тем, что он вынужден некоторое время проводить в ожидании очереди, и ничем в это время не занят. Поэтому, зона касс является максимально привлекательной для тех товаров, которые чаще других покупаются под воздействием импульса (жевательные резинки, сладости, напитки и т.д.) Также выгодно располагать в этой зоне газеты и журналы - покупатель может взять их для просмотра и затем купить. На следующей схеме (рис. 10) приведено разделение товаров торговом зале по товарным группам:

- Товары повседневного спроса. Покупка этих товаров является целью практически каждого визита покупателя в торговую точку. Их часто называют магазинообразующими товарными группами.

- Товары периодического спроса. Покупка этих товаров планируется один раз в несколько визитов.

- Товары импульсного спроса. Покупка этих товаров обычно не планируется.

Рисунок 10. Распределение товаров в зале по товарным группам.

Поскольку товары повседневного спроса востребованы наибольшим числом посетителей, около данных точек продажи, скапливается достаточно большое количество покупателей. Поэтому, данные товарные категории должны располагаться по внешнему периметру торгового зала, чтобы сделать покупку удобней.

Для компактных торговых залов весьма иллюстративно правило «золотого треугольника» (рис. 11). Суть в том, что товар, которым мы хотим заинтересовать покупателя, должен находиться в «золотом треугольнике» - площади расположенной между входной дверью, кассой и самым ходовым товаром в магазине.

Рисунок 11. Правило золотого треугольника.

Большое значение имеет понятие дополнительных мест продажи, которые увеличивают вероятность покупки товара. Дополнительные места продажи являются эффективным инструментом повышения продаж, т.к. позволяют увеличивать количество импульсных покупок.

При этом организуются они как для товаров импульсного спроса, так и для товаров с высоким оборотом (рис. 12).

Рисунок 12. Дополнительные места продаж.

**3.2 Расположение товарных групп на торговом оборудовании в**

**магазине ООО «ТД Михайлова плюс»**

В ООО «ТД Михайлова плюс» оборудование занимает площадь равную 47,85м2. Каждый товар занимает определённое количество и вид оборудования. Рассмотрим всё используемое магазином оборудование и товарные группы, располагаемые на нём:

o пристенные холодильные прилавки - предназначенные для кратковременного хранения, выкладки и продажи охлаждённых продуктов (молочных продуктов, фруктов и овощей), оснащённые специальными лампами для лучшего освещения, универсальные прилавки - предназначенные для выкладки хлебобулочных изделий;

o бонеты - предназначенные для кратковременного хранения, демонстрации и продажи замороженных продуктов (мясных продуктов, рыбной продукции);

o пристенные стеллажи - предназначены для демонстрации виноводочной продукции, детского питания, диабетической продукции;

o суперструктуры - предназначены для выставки майонезов и соусов;

o островные стеллажи - предназначены для кратковременного хранения, демонстрации и продажи бакалеи;

o сетчатые контейнеры - предназначены для кратковременного хранения, демонстрации и продажи семечек, орехов, фисташек, чипсов, лапши быстрого приготовления;

o холодильные прилавки-витрины - предназначенные для кратковременного хранения, демонстрации и продажи охлаждаемых продуктов (кондитерских и гастрономических изделий);

o морозильные лари - предназначенные для продажи мороженого;

o холодильные шкафы - предназначенные для показа пивной продукции;

o стеллажи - для выкладки другой мелкой продукции.

Каждое оборудование служит для выкладки определённых товарных групп.

3.3 Расчёт необходимого количества торгового оборудования для анализируемого магазина

Для того, чтобы понять эффективно ли используется площадь торгового зала, необходимо рассчитать коэффициент эффективности использования общей площади магазина. Чем выше значение данного коэффициента, тем эффективнее используется площадь магазина.

Расчеты эффективной площади магазина.

Кэ=Sт.з/Sобщ. [11]

Общая площадь магазина 372,3м2 из них торговая площадь-234,5м2.

Кэ=234,5/372,3=0,6 [12]

В данном случае коэффициент равен 0,6, это означает, что площадь используется эффективно.

Установочная площадь оборудования. Она определяется по размерам внешних границ торгового оборудования или вспомогательных конструкций (примерочных кабин и др.). По ней можно судить об эффективности размещения оборудования в торговом зале.

Специалисты пришли к выводу, что показателем эффективности размещения оборудования в торговом зале является коэффициент установочной площади (Ку), определяемый как отношение установочной площади к общей площади торгового зала.

Ку=Sуст/Sт.з. [13]

Оптимальная величина Ку: в магазинах самообслуживания составляет 0,3-0,2.

Общая торговая площадь Вашего магазина -- 372,3м2, а оборудование занимает в нём в общей сложности 47,85м2.

Ку=47,85/234,5=0,2 (макс.0,4). [14]

Это означает, что оборудование оптимально заполняет весь торговый зал анализируемого предприятия.

Расчёт оптимального количества оборудования для данной площади магазина:

1. Определение потребности в весоизмерительном оборудовании.

1) рассчитать количество весов, необходимых для нормальной работы магазина.

NПР=Т/Р=100000/10000=10, [15]

где Т-товарооборот за смену,

Р - пропускная способность весов за смену.

2) определение фактической потребности в весах

NB= NBP+NЗ+NK=3+5+2=10, [16]

где NB - количество весов,

NBP - количество рабочих мест,

NЗ - количество резервных весов,

NK - количество контрольных весов.

Следовательно, для магазина требуется 10 весоизмерительных оборудований.

2. Определение потребности в контрольно-кассовом оборудовании.

1)определение товарооборота на 1м2 торговой площади

Т1=Р/П=1000000/234,5=4264,4 [17]

где Р - товарооборот за квартал,

П - торговая площадь.

2)определение товарооборота, приходящегося на 1 смену на 100 м2 торгового зала

Т2=(Т1\*100)/(Кс\*Кд)=(4264,4\*100)/(1\*90)=4738,2, [18]

где Кс - коэффициент, учитывающий продолжительность работы в смену=1,

Кд - коэффициент, учитывающий продолжительность работы магазина за отчётный период в днях=90.

3)определение количества покупок за смену

NП=Т2/С=4738,2/80=59, [19]

где С - средняя стоимость покупки.

4)определение общих затрат времени на расчёт с покупателем в смену, приходящихся на 100 м2 торговой площади

ф1=NП\*KН\*Дф=59\*0,3\*120=2124, [20]

где NП - количество покупок за смену,

KН - коэффициент затраченного времени (0,3),

Дф - затраченное время кассира на расчёт с одним покупателем.

5)определение потребности в контрольно-кассовом оборудовании на 100 м2 площади

N100= ф1/ (ф2\* КИ)=2124/(25000\*0,4)=0,2=1, [21]

где - ф2 - общий фонд времени кассира в смену (3600\*7=25000 сек),

КИ - коэффициент использования рабочего времени кассира.

6)Расчет количества контрольно-кассовых машин

NP=( N100\*П)/100=(1\*234,5)/100=2,3=3, [22]

где П - торговая площадь.

Следовательно, для магазина требуется 3 места контролеров-кассиров и 3 контрольно-кассовых машины.

3. Определение необходимого количества в холодильном оборудовании.

V=?G1/( с\*г)=450/(40\*1,0)=11,3=11, [23]

где G1 - масса одного продукта с учётом хранения,

с - плотность данного продукта,

г - коэффициент учитывающий массу тары, в которой хранятся продукты.

Следовательно, для магазина требуется 11 холодильников.

При расчёте видно, что в данном магазине при площади торгового зала равной 234,5м2 и установочной равной 47,85м2 должно быть количественно использовано: 10 весов, 3 контрольно-кассовых машины и 11 холодильников.

А в анализируемом магазине используется меньшее количество торгового оборудования, чем требуется, что видно в таблице 12.

Таблица 12 - Торговое оборудование, используемое в ООО «ТД Михайлова плюс»

|  |
| --- |
|  |
| Наименование оборудования | Номинальное количество, шт | 2007 | 2008 | Требуемое количество, шт |  |
| Контрольно-кассовое оборудование | 3 | 3 | 3 | 3 |  |
| Весоизмерительное оборудование | 5 | 5 | 5 | 10 |  |
| Холодильное оборудование | 15 | 15 | 15 | 11 |  |
| Итого: | 23 | 23 | 23 | 24 |  |
|  |  |  |  |  |  |

Из таблицы, рассмотренной выше можно подчеркнуть, что не хватает 5 весоизмерительных оборудования, зато увеличено количество холодильного оборудования. Это значит, что холодильное оборудование используется в большем количестве, чем требуется. Для требуемого количества для данного магазина хватит и 11 холодильников. Чтобы они зря не простаивали и не тратили электроэнергии впустую - их либо нужно продать, либо использовать для длительного хранения товаров, требующих специальных температурных режимов на складах. Весоизмерительное оборудование используется в меньшем количестве, и происходят постоянные перегрузки и поломки, так как для использования требуется 10 весов, а их в наличие у магазина всего 5 штук.

**3.4 Показатели эффективности использования оборудования**

При анализе эффективности использования торгового оборудования (табл.13) необходимо рассчитать коэффициент эффективности использования оборудования

Таблица 13 - Стоимостные характеристики используемого торгово-технологического оборудования в 2007-2008гг.

|  |
| --- |
|  |
| Наименование оборудования | Кол-во оборудования, шт | Цена 1 ед. оборудования, тыс.руб | Цена всего оборудования, тыс. руб |  |
| Стеллажи | 48 | 66,3 | 3182,4 |  |
| Сетчатые контейнеры | 4 | 15,1 | 60,4 |  |
| Суперструктуры | 8 | 64,5 | 516,0 |  |
| Витрины | 6 | 98,6 | 591,6 |  |
| Контрольно-кассовое оборудование | 3 | 125,3 | 375,9 |  |
| Весоизмерительное оборудование | 5 | 78,6 | 393,0 |  |
| Холодильное оборудование | 15 | 84,5 | 107230,5 |  |
| Итого: | 79 | 532,9 | 112349,8 |  |
|  |  |  |  |  |

Кэф за 2007 = Чистая Прибыль/ Стоимость оборудования=700000/112349,8=6,2

Кэф за 2008 = Чистая Прибыль/ Стоимость оборудования =935000/112349,8=8,3

По проведению анализа коэффициента использования торгового оборудования, рассчитанного выше, видно, что оборудование используется неэффективно.

**3.5 Мероприятия по повышению эффективности использования**

**торгового оборудования**

Уровень обслуживания покупателей, создание оптимальных условий труда торговых работников и обеспечение высоких экономических показателей работы магазина во многом зависят от того, насколько рационально он оснащён торговым оборудованием. При решении вопросов технического оснащения магазинов особое внимание должно быть уделено выбору типов и моделей торгового оборудования и определению его оптимального набора.

Вышеприведенный анализ использования торгово-технологического оборудования показал его неэффективное использование. Для повышения эффективности необходимо провести ряд мероприятий

1. Повысить чистую прибыль за счёт повышения прочих доходов и снижения прочих расходов, что позволит снизить издержки обращения и увеличить прибыль организации;

2. Снизить использование торгово-технологического оборудования, которое не используется по назначению, что позволит уменьшить вложение средств на ремонт и электроэнергию;

3. Внедрение новых технологий позволит увеличить объём товарооборота магазина

Проведение ряда мероприятий по повышению эффективности использования торгово-технологического оборудования на примере оборудования анализируемого магазина:

· Для холодильного оборудования -

§ создание переключающих датчиков на более низкие температуры при перегреве;

§ использование холодильных установок специальных режимов в одном оборудовании (морозильная камера, холодильная камера для кондитерских изделий);

§ использование электронных ценников на холодильных установках - для наглядности цены и товара покупателями.

· Весоизмерительное оборудование

§ создание специальных весов с несколькими контрольными лентами;

§ введение в весы номенклатуры товаров, цены и их кода при взвешивании непосредственно покупателем.

· Контрольно-кассовое оборудование

§ Использование автоматизированной техники (считыватели кредитных карт, терминалы сбора данных);

§ Внедрение в контрольно-кассовые аппараты чипов с детекторами подлинности банкнот;

§ Использование сканирующих устройств.

Вывод: применение всех выше перечисленных операции намного облегчит и ускорит торгово-технологический процесс в магазине, а также увеличит использование и внедрение торгового оборудования различных марок и моделей. Что приведёт к увеличению прибыли, конкурентоспособности и снижению издержек обращения данного предприятия.

**Заключение**

В процессе выполнения курсовой работы был пройден ряд этапов:

1. Было рассмотрено торгово-технологическое оборудование, которое представляет собой различное конструктивную оснастку магазина, а именно: мебель, инвентарь и пр. предметы и инструменты, которые необходимы для обеспечения максимально эффективной работы магазина и его подразделений (без которых невозможна эффективная (полноценная) работа магазина).

2. Было рассмотрено предприятие, и его организационно-правовая и экономическая характеристика. Форма - общество с ограниченной ответственностью. Предприятие является сетью постоянно расширяющихся, сетью магазинов розничной торговли, что говорит о весьма устойчивом финансовом состоянии рассматриваемого объекта. Проведённый экономический анализ выявил следующие моменты: основные показатели, такие как, товарооборот, чистая прибыль увеличились, а такие показатели как издержки производства, операционные расходы уменьшились, что свидетельствует об эффективной работе предприятия.

3.Были изучены различные принципы конфигурации торгового зала, что дало полное представление картины эффективной организации и оптимальной конфигурации торгового зала при различных вариантах его исполнения (конструктивно-технологических особенностей построения).

Проведённая работа позволяет судить о правильности выбранной предприятием стратегии и принципах размещения торгового оборудования и показывает, что и то, и другое выбраны, верно, и оптимально подходят для данной организации.

Полученные знания в дальнейшем помогут повышать эффективность планировки торговых залов.

**Список литературы**

Закон РФ «О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчётов с населением» от 18 июня 1993 г. № 5215-1.

Арустамов Э.А. Оборудование предприятий (торговля): Учеб. пособие / Э.А. Арустамов. - М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2000. - 451с.

Бланк И.А. Управление торговым предприятием.- М.: Ассоциация авторов и издателей. ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 1998.- 416с.

Виноградова С.Н. Организация и технология торговли: Учебник.- Мн.: Выш. Школа, 1998.-224с.

Горин М.А. Технология розничной продажи товаров и обслуживание покупателей. Учебное пособие.- М., Изд-во МКУ,1991.

Гусев Б.К. Оборудование предприятий (торговля): Учеб. пособие / Б.К. Гусев, Г.А. Уткина; Краснояр. гос. торг. - экон. ин-т. - Красноярск, 2006. - 300 с.

Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник для студентов высших учебных заведений. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. - 336 с.

Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник для студентов высших учебных заведений. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2008. - 523 с.

Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник /Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц.- 3-е изд. перераб. и доп.- М.: «Дашков и К», 2002. - 594 с.

Джоунз Г. Торговый бизнес: как организовать и управлять: Пер. с англ. - М.:ИНФРА-М.- 1996.- 304с.

Ипатко Л. И. Некоторые аспекты проблемы безопасности обуви / Л.И. Ипатко, Ю.В. Гаранина // Эколого-экономические проблемы региональных товарных рынков : материалы межрегион. науч.-практ. конф., 23 апреля 2004 г. / Краснояр. гос. торг-экон. ин-т. - Красноярск, 2004. - С. 37-39.

Кащенко В.Ф., Кащенко Л.В. Торговое оборудование: Учебное пособие. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2006. - 398 с.

Мебель для торговых помещений ТМ-90. Каталог. - М.: Оптовое оборудование, 2005. - 220с.

Оборудование предприятий торговли и общественного питания: Полный курс: Учебник / Под ред. проф. В.А. Гуляева. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 543 с.

Организация торговли продовольственными товарами: Учеб. для торг. вузов/ П.Г. Гончаров, В.Ф. Егоров, С.Д. Жданова и др.; Рук. авт. Коллектива - П.Г. Гончаров.- М.: Экономика, 1989. - 335с.

Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2008. - 448 с.

Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2006. - 448 с.

Российская торговая энциклопедия: в 5т./ Министерство торговли РФ; Академия экономических наук и предпринимательской деятельности России; Гл. ред. Я.Л. Орлов - М: РООН и П «за социальную защиту и справедливость налогообложения»,1999.-Т.3.-480с.

Современный супермаркет. Учебник по современным формам торговли. М: Издательство «Жигульского».2001.-347с.

Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф.Т.П. Данько.- М.: ИНФРА-М, 1997.- 256с.

Улейский Н.Т., Улейская Р.И. Оборудование торговых предприятий: Учебник для учащихся профессиональных колледжей, лицеев. (Сер. «Учебники XXI века»). - Ростов н/Д: Феникс, 2001. - 416 с.

Уткина Г.А. Расчётно-контрольное оборудование: учеб. пособие / Г.А. Уткина. Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т -- Красноярск, 2007. - 138с.

Федько В.П. ,Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка: Учебник для вузов. Ростов-на-Дону, Феникс, 2000. - 235 с.

Щур Д.Л., Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля: настольная книга руководителя, главбуха и юриста.-М:Дело и сервис,1999.-704с.

Щук Р. Как стать профессиональным коммерсантом: Пер. с англ..- Спб: Питер Пресс; М. - Харьков - Минск, 1996. - 224с.

http://www ruslanlyudmila.narod.ru/gotovrab.htm

http://www economica-eco.narod.ru

http://www torgovoe-oborydovanie.ru/.html

http://www.merchandaising.by.ru

http://www.merchandaising.ru