

ППТ-3.1. Організація торгово-технологічного процесу на підприємствах торгівлі – 78 годин

ППТ-3.1.3. Підготовка робочого місця до роботи; товарів до продажу – 12 годин

Інструктаж за змістом занять, організація робочого місця, охорона праці.

Тема уроку № 8: Підготовка товарів до продажу

Вправи:

1. Підготовка товарів до продажу:

- здійснювати підготовку товарів до продажу;
- перевіряти цілісність пакування;
- надавати товару товарного вигляду;
- розпаковувати – звільняти товар від транспортної тари;
- перевіряти товарний вигляд після зберігання, наявність маркувальних даних і терміни реалізації товарів;
- сортувати – групувати товар за товарними групами, видами, розмірами, сортами, іншими асортиментними ознаками, а також перевіряти відповідності ціни, сортності, вказаних на маркуванні і в супровідних документах, прейскурантам чи договорам; облагороджувати (надавати товарного вигляду) – очищати від пилу, забруднень, зачищати верхній шар товарів, який втратив товарний вигляд, усувати дрібні дефекти і т. п.;
- перебирати, протирати, зачищати, нарізувати, фасувати, оброблювати і розрубувати товари;
- маркувати – оформлювати і прикріплювати до товарів ярлики із зазначенням найменування товару, його артикулу, сорту, ціни (для позначення ціни можуть застосовуватися спеціальні цінники);

- перевіряти на товарах іноземного виробництва наявність маркування з повною інформацією на українській мові;
- забезпечувати наявність товару згідно з оформленими цінниками; підготовляти товари до викладання в торговому залі – укладати товари у спеціальну тару, контейнери, лотки, тару-обладнання, корзини, ящики, візки; утримувати фірмовий одяг у належному санітарному стані.

2. Інструктаж з охорони праці при підготовці товарів до продажу

Підготовка товарів до продажу

Важливе значення для раціоналізації процесу продажу товарів і впровадження прогресивних методів обслуговування покупців має попередня підготовка товарів до продажу.

Необхідність проведення операцій попередньої підготовки товарів до продажу в магазинах обумовлюється тим, що значна частина товарів, вироблених промисловими та переробними підприємствами України, надходить у торгівлю в непідготовленому до реалізації стані (у великогабаритній тарі, навалом, розібраними і не укомплектованими). Тому працівники магазинів вимушені виконувати перед подаванням товарів у торговий зал різноманітні операції, які фактично є продовженням процесу виробництва у сфері обігу.

Попередня підготовка товарів до продажу — це комплекс операцій, які виконуються з товаром у магазині перед подання його у торговий зал (до місць продажу) і спрямовані на доведення його до повної готовності для продажу покупцям. Характер і обсяги операцій цього комплексу визначаються складністю асортименту товарів, властивостями окремих товарів, особливостями їх пакування (тара, упаковка), рівнем готовності товарів до продажу, розміром покупок, застосуванням тих чи інших методів продажу товарів і т.п.

Усі операції попередньої підготовки товарів до продажу поділяють на загальні, яких потребує будь-який товар, і специфічні, які обумовлені конкретними особливостями окремого товару.

Комплекс загальних операцій попередньої підготовки товарів до продажу включає розпаковування товарів, їх облагородження (надання товарам товарного вигляду), сортування, перевірку цін та маркування товарів (заповнення ярликів, цінників на товар), комплектування подарункових наборів і підготовку товарів до подачі на робоче місце.

До специфічних операцій підготовки товарів до продажу відносять операції, необхідність виконання яких перед поданням у торговий зал обумовлюється специфікою конкретних товарів. Прикладом таких операцій можуть бути з фасування т. зв. вагових продовольчих та окремих дрібноштучних непродовольчих товарів, накатування тканин, намотування стрічки або тасьми, попереднє нарізання товарів, розрубання м'яса, усунення дрібних дефектів у взутті, попереднє групування дрібноштучних виробів на картах, шитках, дрібна штопка трикотажних виробів, настроювання музичних інструментів, перевірка якості дії чи звучання механічних і розмовних виробів, перевірка комплектності і випробування в дії радіотоварів, настроювання телевізорів, очищення меблів від пороху тощо.

Загальні операції попередньої підготовки товарів до продажу в магазинах передбачають:

- розпаковування — звільнення товару від транспортної тари. Основна вимога до цієї операції — збереження кількості і якості товарів, тари та упаковки;
- сортування — групування товарів за товарними групами, видами, розмірами, сортами, іншими асортиментними ознаками, а також перевірка відповідності ціни, сортності, вказаних на маркуванні і в супровідних документах, преїскурантам договорам;
- облагородження (надання товарного вигляду) — очищення від пилу, забруднень, зачищення верхнього шару товарів, який втратив товарний вигляд, прасування товарів, протирання заводського мастила, усунення дрібних дефектів і т. п.;
- маркування — оформлення і прикріплення (пришивання, приклеювання) до товарів ярликів з вказанням найменування виробу, його артикулу, сорту, розміру, ціни (для позначення ціни можуть застосовуватися спеціальні цінники);

- комплектування подарункових наборів — об'єднання в єдиний набір товарів різних назв спільного призначення. Як правило, подарункові набори комплектують з галантерейних товарів (часто — в поєднанні з трикотажними і парфумерно-косметичними товарами). При комплектуванні наборів повинні враховуватись напрямки моди і купівельний попит. Недопустимим є включення в набори поряд із товарами високої якості, підвищеного попиту окремих неходових товарів. Подарунки повинні бути підібрані зі смаком і красиво оформлені;

- підготовка товарів до викладання в торговому залі — укладання товарів у спеціальну тару, контейнери, лотки, тару-обладнання, корзини, ящики, візки, виконання операцій зі збирання товарів, які надійшли в магазин в розібраному вигляді.

Підготовку товарів до продажу проводять, як правило, у спеціально відведених для цієї мети приміщеннях магазинів: розпакувальних, фасувальних, майстернях з дрібного ремонту товарів тощо; операції з комплектування подарункових наборів і оформлення та прикріплення етикеток (цінників) можуть здійснюватися безпосередньо в торговому залі.

Виконання операцій попередньої підготовки товарів до продажу в невеликих магазинах покладається на продавців, які здійснюють їх до відкриття магазину; у великих магазинах ці операції виконують спеціально визначені працівники. Важливою умовою ефективного здійснення цих операцій є наявність у магазині відповідного обладнання, інструментів і матеріалів.

Попередня підготовка товарів до продажу створює передумови для застосування самообслуговування та інших прогресивних методів продажу, забезпечує високу продуктивність праці продавців при обслуговуванні покупців, скорочення товарних втрат, зниження витрат обігу, підвищення ефективності роботи магазину і насамперед покращує зовнішній вигляд товарів та дозволяє працівникам торгового залу основну увагу приділяти саме обслуговуванню покупців, тобто підвищенню культури обслуговування.

Водночас оптимальним місцем виконання операцій значної частини цих операцій (сортування, пакування, фасування, маркування) у зв'язку з їх виробничим характером все-таки слід визнати сферу виробництва (промислові, переробні підприємства), а в крайньому разі — підприємства оптової торгівлі. Централізація операцій попередньої підготовки товарів на виробничих підприємствах або в оптовій торгівлі дозволяє застосовувати сучасне високопродуктивне обладнання, а також скорочувати кількість технологічних операцій у магазинах та раціональніше використовувати їх площу.

Виконання операцій попередньої підготовки товарів до продажу створює можливість для подання товарів у належному вигляді в торговий зал. Для переміщення товарів у торговий зал використовують ручні або електричні вантажні візки, тару-обладнання тощо. Товари, підготовлені до продажу, переміщують у торговий зал для поповнення товарних запасів у той час, коли в ньому перебуває мінімальна кількість покупців, щоб не створювати перешкод для їх обслуговування.

Попередня підготовка товарів до продажу має важливе значення для процесу продажу товарів і впровадження прогресивних методів обслуговування покупців.

Попередня підготовка товарів до продажу створює і забезпечує:

- високу продуктивність праці продавців при обслуговуванні покупців,
- скорочення товарних витрат,
- зниження витрат обігу,
- підвищення ефективності роботи магазину,
- покращує зовнішній вигляд товарів,
- підвищенню культури обслуговування.
- допомагає продавцю зосередитись саме на обслуговуванні покупця а не на роботі з товаром.

Важливою умовою ефективного здійснення цих операцій є **наявність** у магазині відповідного **обладнання, інструментів, інвентарю та матеріалів.**

Виконання операцій попередньої підготовки товарів до продажу створює можливість подання товарів у належному вигляді в торговий зал.

Проведення операцій попередньої підготовки товарів до продажу в магазинах **необхідне** тому, що значна частина товарів, яка надходить у торгівлю **знаходиться в непідготовленому до реалізації стані (товари надходять у тарі, навалом, розібраними і не укомплектованими, не розфасованими).**

Тому **працівники магазинів** вимушені **виконувати** перед подаванням товарів у торговий зал **різноманітні операції**, які фактично є **попереднім процесом** обслуговування і продажу товарів.

Ці операції виконуються у магазині **перед поданням товару у торговий зал** (до місць продажу) і спрямовані на доведення товару до повної готовності для продажу покупцям.

Характер і обсяги операцій визначаються складністю асортименту товарів, властивостями окремих товарів, особливостями їх пакування (тара, упаковка), рівнем готовності товарів до продажу, розміром, вагою покупок, застосуванням тих чи інших методів продажу товарів і т.п.

Усі операції попередньої підготовки товарів до продажу поділяють на:

загальні, яких потребує будь-який товар,

специфічні, які обумовлені конкретними особливостями окремого товару.

► Комплекс загальних операцій попередньої підготовки товарів до продажу включає:

- розпаковування товарів,
- облагородження (надання товарам товарного вигляду),
- сортування,
- перевірку цін та маркування товарів (заповнення ярликів, цінників на товар),
- комплектування подарункових наборів,
- підготовку товарів до подачі на робоче місце.

> *розпаковування* — звільнення товару від транспортної тари. Основна вимога до цієї операції — збереження кількості і якості товарів, тари та упаковки;

> *сортування* — групування товарів за товарними групами, видами, розмірами, сортами, іншими асортиментними ознаками, а також перевірка відповідності ціни, сортності, вказаних на маркуванні і в супровідних документах, прейскурантам чи договорам;

> *облагородження* - (надання товарного вигляду) — очищення від пилу, забруднень, зачищення верхнього шару товарів, який втратив товарний вигляд, прасування товарів, протирання заводського мастила, усунення дрібних дефектів і т. п.;

> *маркування* — оформлення і прикріплення (пришивання, приклеювання) до товарів ярликів з указівкою найменування виробу, його артикулу, сорту, розміру, ціни (для позначення ціни можуть застосовуватися спеціальні цінники);

> *комплектування подарункових наборів* — об'єднання в єдиний набір товарів різних назв спільного призначення.

> *підготовка товарів до викладання в торговому залі* — укладання товарів у спеціальну тару, контейнери, лотки, тару-обладнання, корзини, ящики, візки, виконання операцій зі збирання товарів, які надійшли в магазин в розібраному вигляді.

► До **специфічних** операцій підготовки товарів до продажу відносять операції, які виконуються конкретно для кожної окремої групи продовольчих товарів. **Прикладом** таких операцій можуть бути:

розфасування. вагових продовольчих товарів,

нарізання товарів,

зачистка товарів,

розрубання м'яса, тощо

Підготовку товарів до продажу проводять, як правило, у спеціально відведених приміщеннях магазинів: розпакувальних, фасувальних, розділочних, тощо.

Операції з **комплектування подарункових наборів і оформлення** та прикріплення **етикеток** (цінників) можуть здійснюватися безпосередньо в торговому залі.

Виконання операцій попередньої підготовки товарів до продажу в невеликих магазинах покладається на продавців, які здійснюють їх до відкриття магазину.

У великих магазинах (при самообслуговуванні) ці операції виконують спеціально визначені працівники.