

Обладнання підприємств торівлі та сфери послуг

Полусмяк Юлія Ігорівна

Тема 3. Організація та технологія товаропостачання підприємств роздрібної торгівлі

1. Принципи формування товарних асортиментів у торговельній мережі
2. Форми товаропостачання та схеми завозу товарів у роздрібні торговельні підприємства.
3. Організація та технологія доставки товарів у магазин.
4. Управління торгово-технологічним процесом товаропостачання.

Торговельна кон'юнктура - сукупність факторів, умов, що характеризують співвідношення попиту

У роздрібній торгівлі розрізняють три види попиту - реалізований, незадоволений і що формується. та пропозиції.

Реалізований відповідає тій частині пропонованого населенням попиту, що фактично задоволена в результаті споживання товарів. Його визначають шляхом аналізу даних про рух товарів. Вивчення результатів реалізованого попиту дозволяє визначити обсяг і структуру товарів, необхідних на наступний рік.

Незадоволений - це частина фактично пред'явленого населенням попиту, що у цей момент не може бути задоволена через відсутність у продажі потрібних товарів. Його вивчення дає можливість вжити заходів для того, щоб товари, що користуються попитом населення, завжди були в продажі. У цьому випадку мова йде про попит на достатні товари, по тим або інших причинах тимчасово відсутні в магазині, або ж на придбані покупцями у зв'язку з низькою якістю, високою ціною.

Що формується - це можливий попит населення на нові товари, що складається під впливом реклами, нових вимог, пропонованих покупцями. Недооцінка попиту, що формується, може привести до вповільнення реалізації й відновленню зайвих запасів окремих товарів. У розвитку цього попиту більша роль належить працівникам магазину.

- Стабільність роздрібної торгівлі визначається раціональністю, повнотою й стабільністю асортиментів товарів. Від складу й оновленості асортиментів безпосередньо залежать ріст товарообігу й прискорення реалізації товарів. Відсутність у торгівлі потрібних товарів, їх вузьким, нестабільний або невідповідний запитам споживачів асортименти породжують незадоволений попит, що негативно позначається на ефективності торгівлі.

- **Асортименти товарів** - сукупність видів різновидів, сортів, об'єднаних або сполучаються по певних ознаках:
- **Виробничий асортименти** - номенклатура товарів, що випускають промисловими й сільськогосподарськими підприємствами, а також іншими виготовлювачами. (Як правило, підприємства, випускають вузькі асортименти товарів і тому з урахуванням вимог торгівлі проводиться подальша сортування товарів (перетворення). Робиться це на підприємствах оптової торгівлі.
- **Торговельні асортименти** являють собою номенклатуру товарів, що підлягають продажу в роздрібній торговельній мережі. Він включає асортименти товарів, що випускається багатьма підприємствами й

- **Кожна з галузей ділиться на товарні групи – товари, поєднані по ряду ознак:**

- по однорідності сировини й матеріалів (із чого виготовлений товар - метал, шкіра, скло, пластмаса);
- по споживчому призначенню (одяг, взуття, господарські товари, музичні товари й т.д.);
- по особливих властивостях (з урахуванням строків реалізації, товари діляться на швидкопсувні й не швидкопсувні);
- по складності асортиментів (товари простого й складного асортиментів).

- Торговельним асортиментам властиве таке поняття, як **збалансованість**. Збалансованим є асортименти, що сполучає різні види й різновиди товарів у групі й різні групи товарів у роздрібній торговельній
- Варто враховувати деякі особливості при реалізації продовольчих товарів. Покупець звикає до певних продуктів, що виробляє схильність у їхньому придбанні, тому важливо підтримувати стабільну присутність у продажі продуктів, що розраховують у першу чергу на постійних споживачів. У процесі роздрібного продажу простежується взаємозамінність у продовольчих товарах. При відсутності в продажі конкретного продукту покупець знаходить йому заміну й здобуває інший продукт із аналогічними харчовими властивостями. Такі маніпуляції помітно проявляються в продажі продуктів однорідної ознаки. Здебільшого покупки відбуваються з певною метою й комплексно, тобто доповнюють один одного: наприклад: хліб, цукор, чай; молоко, кефір, сметана; м'ясо, овочі, приправи.

- **Формування товарних асортиментів** - це встановлення в певному порядку конкретної номенклатури товарів, що утворять необхідну їхню сукупність для роздрібної торгівлі. **До факторів, що впливають на цей процес, ставляться:** принципи формування асортиментів, профіль торговельного підприємства, споживчі комплекси, товарна класифікація, стадія життєвого циклу товару, стабільність товарних асортиментів (табл. 1.2). Ці фактори при формуванні товарних асортиментів перебувають у взаємодії, а їхнє сполучення залежить від характеру попиту, пропонованого покупцями, конкретного профілю роздрібного торговельного підприємства й умов його функціонування.

- Основними показниками виступають: коефіцієнт стабільності асортиментів й обіговість товарів.

Коефіцієнт стабільності асортиментів товарів визначається по формулі:
де PRO_1, PRO_2, \dots, O_n - кількість різновидів товарів, відсутніх у продажі (на період перевірок) з передбачених асортиментним переліком;

a - кількість різновидів товарів, передбачених асортиментним переліком;

n - кількість перевірок.

Коефіцієнт стабільності асортиментів виражається наступними значеннями:

для універсамів і гастрономів - 0,90;

для універмагів - 0,80;

для магазинів взуття й одягу - 0,75;

для магазинів із продажу культтоварів, галантерейних, спортивних,
господарських товарів - 0,85.

2. Товаропостачання роздробу - це система заходів, що являють собою складний комплекс комерційних і технологічних операцій по доведенню товарів до підприємств роздрібною торгівлі. Ціль - забезпечення повноти й стабільності асортиментів товару, необхідного рівня товарних запасів, задоволення попиту населення, досягнення рентабельності підприємств.

При організації товаропостачання враховуються ВИМОГИ:

- Джерела й форми постачання треба визначати з урахуванням асортиментів й обсягу товарів, що випускають, виготовлювачем, його територіальну віддаленість;
- Враховувати попит населення на товар і встановлений для магазину обов'язковий асортимент;
- Кількість завезеного товару повинне визначатися типом підприємства, його потужністю, обсягом т/о, розмірами торговельної площі, оснащення торгово-технологічним устаткуванням;
- Величина одночасного завезення повинна визначатися наявним товарним запасом, розміром середньоденної реалізації й періодичністю завезення;
- Розроблена система товаропостачання повинна забезпечувати мінімальні витрати по завезенню й зберіганню товарів.

Товаропостачання торговельних підприємств будується на 6-ти основних принципах:

- планованість, завезення в магазини по графіках з урахуванням асортиментного профілю;
- ритмічність, завезення товару через рівні проміжки часу. Результат - виключення зайвих запасів, оптимальні умови для роботи складів, транспорту, продуктивне використання робочої чинності, раціональне використання складських площ;
- економічність, мінімальні витрати робочого часу, матеріальних і коштів на весь процес доставки товарів у роздріб. Тобто, раціональні схеми завезення, мінімізація вантажообігу, частота доставки й розміри товарних партій;
- централізація, доставка чинностями й коштами постачальників, щоб працівники роздробу більше займалися магазином, прискорюючи процес реалізації товарів;
- технологічність, використання на всіх етапах руху товарів прогресивних технологій і насамперед транспортні засоби, які становлять основу індустріалізації роздрібної торговельної мережі.
- ефективність, товаропостачання буде ефективним, якщо:
 - забезпечено рівень управління процесом товаропостачання;
 - досягнуто вірогідність комерційної інформації;
 - належне розміщення мережі роздрібних підприємств і складського господарства;
 - нормалізовано транспортні умови;
 - магазини забезпечені торгово-технологічним устаткуванням.

Процес доведення товарів до споживачів (роздрібної торгівлі) може здійснюватися у двох організаційно-економічних формах: транзитної й складський.

- Вибір тієї або іншої форми товаропостачання залежить від конкретних умов покупця й постачальника, обсягу товарообігу, транзитних норм відвантаження, нормативів товарних запасів, стану складського господарства й т.п.

Під транзитом розуміється така форма товаропостачання, коли товар з виробничого підприємства направляється в магазини, минаючи склади оптової й роздрібної торгівлі.

- Транзитна форма товаропостачання володіє рядом переваг. При ній виключаються повторні перевезення й вантажно-розвантажувальні роботи, усуваються складські операції по прийому, зберіганню й відпуску товарів, прискорюється товарооборотність, зменшуються товарні втрати й обсяг транспортно-експедиційних операцій, скорочується потреба в складах, знижуються витрати обігу, забезпечується схоронність товарів.

- Разом з тим надмірне розширення транзиту може привести до вповільнення часу обігу товарів, неправильному формуванню асортиментів у магазинах, утворенню зайвих товарних запасів і нерівномірному їхньому розміщенню в роздрібній й оптовій торгівлі. Тому вибір транзитної форми товаропостачання необхідно ретельно економічно обґрунтовувати. Вона широко використовується при іногородніх поставках швидкопсувних товарів, сутожніше, при іногородніх поставках великогабаритних товарів, будівельних матеріалів й інших, але це також можливо й у багатьох випадках доцільно.

Транзит економічно виправданий, коли обсяг роздрібного товарообігу дозволяє приймати транзитну норму відвантаження й це не приводить до утворення наднормативних запасів.

- Необхідний обсяг товарообігу (Т) для здійснення транзитних відвантажень товарів простих асортиментів можна визначити по формулі
- $T = 365 * N / Ч$, де N - норма відвантаження, тис. грн.; Ч - частота завезення, днів.
- По товарах складних асортиментів ураховується кількість постачальників:
- $T = (365 * N * П) / Ч$, де П - кількість постачальників.

- **Складська форма товаропостачання** не пов'язана з обов'язковим одержанням транзитної норми. Вона дозволяє роздрібній торгівлі замовляти товари в потрібній кількості виходячи з попиту на них і товарні запаси. При складській формі товаропостачання товари завозяться спочатку на склади оптової бази, а потім у роздрібну торгівлю.

- Ця форма звичайно застосовується по товарах складних асортиментів і головним чином для підприємств роздрібної торгівлі, що закупають товари дрібними партіями. Через склади можуть продаватися й товари простих асортиментів, коли покупці по розмірах товарообігу не можуть одержувати мінімальну транзитну норму, а також товари сезонного виробництва й споживання.
- **Складська форма товаропостачання застосовується** при одержанні товарів від іногородніх постачальників великими партіями, що вимагають перетворення виробничих асортиментів у торговельний, а також по товарах, що вимагає тривалого зберігання. У цих випадках складська форма має переваги перед транзитної, тому що підвищується ефективність роздрібної торгівлі за рахунок завезення товарів різноманітних асортиментів, але дрібними партіями, що

Процес управління персоналом торговельного підприємства базується на наступних основних принципах:

- 1. Система формування й використання персоналу торговельного підприємства повинна бути підлегла загальній стратегії його розвитку. Управління персоналом повинне бути інтегроване зі стратегією управління товарообігом і торговельними послугами, розвитку матеріально-технічної бази, фінансового розвитку торговельного підприємства.
- 2. У процесі управління персоналом повинна переслідуватися мета стабілізації складу працівників. З економічних позицій висока плинність персоналу на підприємствах торгівлі обходиться дуже дорого навіть стосовно робочих спеціальностей, а досвідчених, висококваліфікованих фахівців і менеджерів замінити дуже складно (лише первісна їхня підготовка в системі вищого утворення обходиться торговельному підприємству в суму, еквівалентну 10-25 тис. доларів США).
- 3. У процесі управління персоналом невеликих магазинів (до 15 чоловік) варто відмовлятися від твердої класифікації робіт. Найбільша ефективність використання персоналу таких магазинів досягається при сполученні професій працівників для забезпечення виконання необхідного обсягу різних видів робіт.

- 4. Відбір працівників, на яких намічено поширити гарантію зайнятості у фіксованому періоді, повинен здійснюватися на конкурсній основі. У першу чергу цей принцип ставиться до найманих робітників - головним менеджерам і фахівцям торговельних підприємств, але може бути розповсюджений і на кваліфікованих продавців по реалізації товарів найбільш складних асортиментів. У процесі конкурсного відбору перевага повинне віддаватися працівникам, які володіють не тільки високою кваліфікацією, але й здатністю до індивідуального пошуку, адаптації до високої динамічної кон'юнктури споживчого ринку.
- 5. У процесі формування й використання персоналу необхідно враховувати трудову мотивацію основних працівників і прагнути до її реалізації в рамках можливостей торговельного підприємства. Формування трудової мотивації відображає зміни ціннісних пріоритетів працівників в умовах переходу до ринкової економіки, бажання найманих робітників до співробітництва й партнерства із власниками підприємства на довгостроковій основі.
- 6. У процесі управління персоналом торговельного підприємства повинні обов'язково враховуватися правові норми державного регулювання зайнятості й оплати праці. Це ставиться до порядку прийому працівників на роботу, забезпеченню відповідних режимів й умов їхньої праці, дотриманню мінімальної границі заробітної плати, забезпеченню відповідних соціальних виплат й іншим установленим правовим нормам у цій сфері.

Управління чисельністю й складом персоналу охоплює ряд послідовно виконуваних етапів робіт:

- 1. Проектування трудових процесів на підприємствах передбачає визначення загального обсягу робіт і його розподіл у розрізі окремих груп виконавців.
- 2. Формування персоналу підприємства передбачає здійснення комплексу заходів щодо відбору необхідних працівників на ринку праці, їхній підготовці у відповідних навчальних закладах, а також по підвищенню кваліфікації власних працівників. При цьому забезпечується заміна працівників, що вибувають.
- 3. Пошук й оцінка можливих резервів росту продуктивності праці на підприємстві здійснюється на основі її аналізу. При проведенні такого аналізу використовується обрана для оцінки система основних і допоміжних показників продуктивності праці.
- 4. Розробка заходів щодо забезпечення реалізації резервів росту продуктивності праці на підприємстві організується в розрізі основних напрямків його діяльності.

