

20.05.2022

Група ТУ-1

Урок 72-74

## **Тема: ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ В МАГАЗИНІ**

**Мета:** ознайомитися з організацією торгово-технологічного процесу в магазині

### **Суть і принципи організації торгово-технологічного процесу магазину**

Торгово-технологічний процес (ТТП) в магазині — комплекс взаємозв'язаних послідовно виконуваних операцій, метою яких є доведення товарів належної якості до торговельного залу для реалізації їх покупцям у широкому асортименті з оптимальними затратами праці, часу і при високому рівні торговельного обслуговування. Основною операцією торгово-технологічного процесу в магазинах є продаж товарів, решта операцій створюють необхідні умови для успішного здійснення продажу товарів і мають підпорядкований характер.

Принциповою особливістю торгово-технологічного процесу в магазинах є участь у ньому покупців як об'єктів праці торговельного персоналу; при цьому залежно від застосовуваних у магазині методів продажу товарів покупці можуть відігравати в торгово-технологічному процесі не тільки пасивну, але й досить активну роль.

У торгово-технологічному процесі підприємств роздрібної торгівлі, принципова схема якого наведена на рис. 14.1, виділяють торговий і технологічний процеси. Торговий процес забезпечує перехід товарів зі сфери обігу у сферу споживання і зміну форм вартості. Особливість цього процесу полягає в тому, що в ньому задіяні не тільки предмети праці (товари), але й об'єкти праці-покупці. Працівники магазинів здійснюють продаж товарів і обслуговування покупців, а покупці беруть участь у торговому процесі. Основними елементами торгового процесу є вивчення попиту населення, складання і подання заявок на завезення товарів, формування асортименту

товарів, управління товарними запасами, рекламування товарів, їх продаж, надання покупцям додаткових послуг та ін.

Технологічний процес охоплює комплекс операцій, які забезпечують обробку товарів, починаючи з їх надходження в магазин і закінчуючи повною підготовкою до продажу та відпуском покупцям. Технологічний процес включає: транспортування товарів; розвантажування транспортних засобів; приймання товарів за кількістю і якістю; доставку товарів у зону зберігання або в торговий зал магазину; зберігання; підготовку товарів до продажу; переміщення товарів в торговий зал; розміщування і викладання в торговому залі; проведення розрахунку за товари; надання покупцям додаткових послуг технічного характеру.

Як правило, операції торгового процесу відіграють основну роль в організації торговельного обслуговування населення та в торгово-технологічному процесі магазину, натомість більшість операцій технологічного процесу належить до групи допоміжних операцій торгово-технологічного процесу магазину (рис. 1 і 2).



Рис. 1. Схема основних операцій торгово-технологічного процесу в магазині

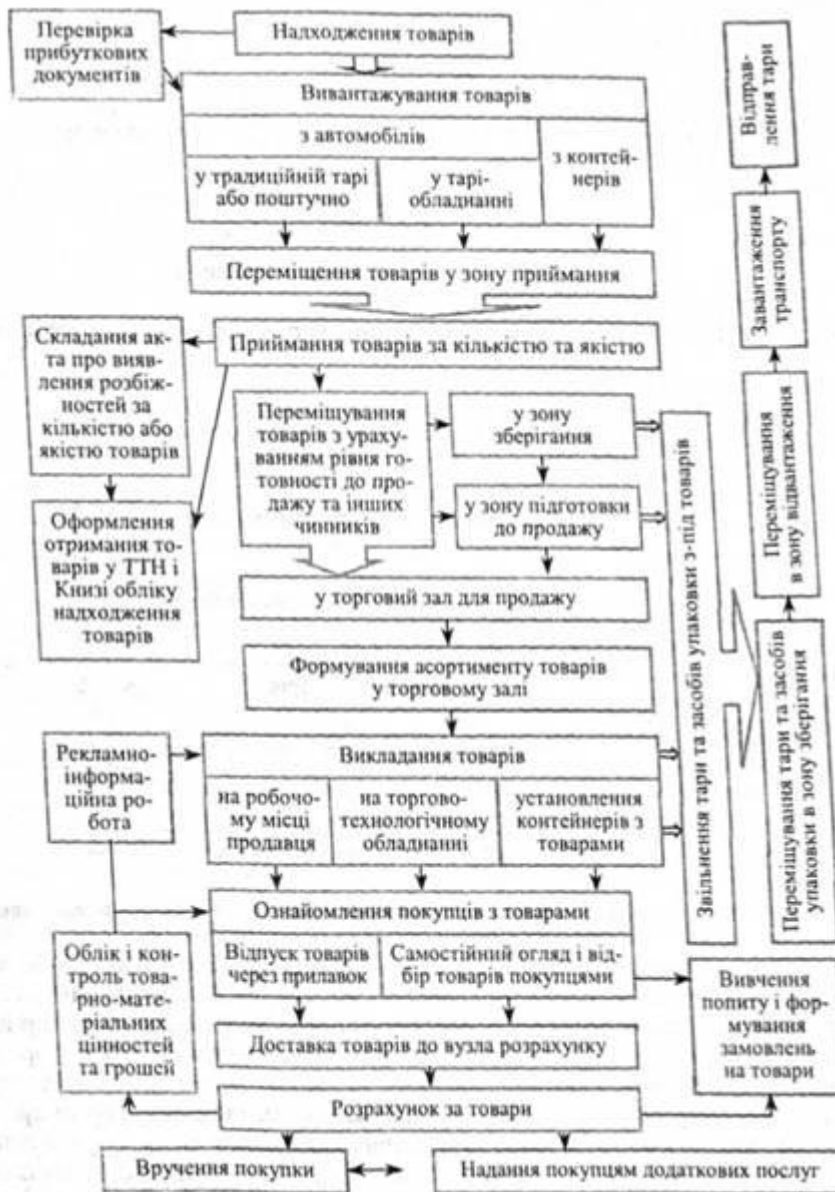


Рис. 1. Принципова схема торгово-технологічного процесу магазину



Рис. 3. Схема допоміжних операцій торгово-технологічного процесу в магазині

На структуру й організацію торгово-технологічного процесу магазинів впливають такі фактори: рівень розвитку виробництва товарів; стан торгівлі і її матеріально-технічної бази; кваліфікація торгового персоналу; тип магазину і розмір його торгової площі; склад і площа неторгових приміщень магазину; види торгово-технологічного обладнання; асортимент товарів, які підлягають реалізації, їх підготовленість до відпуску покупцям; застосовувані засоби механізації; форми організації праці та матеріальної відповідальності тощо.

Особливу роль у формуванні структури торгово-технологічного процесу магазину відіграють застосовувані в ньому методи продажу товарів. Наприклад, перехід до застосування самообслуговування, пов'язаний із завчасною підготовкою товарів до продажу способом виконання операцій нарізання, зважування, упакування і т.п. у неторгових приміщеннях, приводить до скорочення кількості технологічних операцій, які повинні виконуватися безпосередньо в торговому залі.

Усі технологічні операції, які виконуються в магазинах, поділяють на три основні групи:

- 1) операції безпосереднього обслуговування покупців;
- 2) підготовча робота з обслуговування покупців;
- 3) операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів.

До першої з них належать технологічні операції, які забезпечують процес продажу товарів і обслуговування покупців, — викладання товарів у торговому залі, самостійний відбір товарів покупцями з обладнання торгового залу або відпуск товарів, викладених на робочому місці продавця, надання покупцям додаткових послуг тощо. Це — найбільш відповідальна частина торгово-технологічного процесу магазину.

До другої групи операцій належать операції, пов'язані з процесом підготовки товарів до продажу, — обробка товарів, їх фасування, переміщення в торговий зал.

Група операцій, пов'язаних із процесом зберігання товарних запасів, охоплює приймання товарів, їх переміщення до місць зберігання, зберігання

запасів у встановлених обсягах і асортименті.

Торгово-технологічний процес кожного магазину повинен організовуватися на основі певних принципів, основними з яких є: комплексний підхід до розробки варіантів продажу товарів; забезпечення найкращих умов вибору товарів і їх придбання, економія часу покупців, високий рівень торговельного обслуговування; відповідність технології роботи магазину сучасному науково-технічному рівню; економічна ефективність торгово-технологічного процесу; збереження фізико-хімічних властивостей товарів.

Під час розробки проекту торгово-технологічного процесу магазину необхідно враховувати можливість його організації на основі різних варіантів побудови технологічного процесу магазину. Розрізняють три основні схеми технологічного процесу в магазинах. Перша схема передбачає розвантаження транспортних засобів, приймання товарів за кількістю і якістю, їх зберігання, підготовку товарів до продажу, переміщення товарів з неторгових приміщень магазину в торговий зал і їх викладання на торгово-технологічному обладнанні, продаж і обслуговування покупців, розрахункові операції та надання додаткових послуг. Дана схема є найбільш повною і потребує наявності в магазині комплексу спеціальних приміщень, призначених для виконання тих чи інших функцій, зокрема, приміщень для приймання товарів, їх продажу, зберігання, підготовки до реалізації. Ця схема є характерною для більшості магазинів.

Друга схема включає операції з розвантаження транспортних засобів, приймання товарів за кількістю і якістю, зберігання і продажу. У цьому разі в торгово-технологічному процесі магазину немає операції підготовки товарів до продажу, що дозволяє зменшити кількість функціональних приміщень магазину за рахунок приміщень для підготовки (розпакування, фасування, очищення, комплектування та ін.) товарів до продажу.

Третя схема передбачає розвантаження товарів з транспортних засобів, приймання товарів за кількістю та якістю і їх продаж. Ця схема застосовується під час реалізації тих товарів, які надходять у магазин в тарі-обладнанні, а також на піддонах. Дана схема потребує наявності в будівлі магазину лише

функціональних приміщень, призначених для приймання товарів і для їх продажу. Різновидом цієї схеми є варіант, який застосовується при реалізації меблів, великогабаритних електротоварів, спорттоварів, радіотелеапаратури, господарських і будівельних товарів. При цьому виконуються такі операції:

- розвантаження товарів з транспорту;
- приймання їх за кількістю та якістю;
- розміщення зразків товарів у торговому залі;
- продаж товарів за цими зразками.

При цьому товари доставляються на адресу покупця транспортно-експедиційним підприємством безпосередньо з промислових підприємств, складів оптової бази або роздрібної торгівлі.

Як правило, у зв'язку з неоднорідним рівнем готовності товарів до реалізації в кожному магазині одночасно застосовуються всі три основні схеми, а обсяги та послідовність виконання як основної, так і допоміжних операцій цього процесу визначаються ще й застосовуваними методами пролажу товарів.

### **Розвантаження і внутрішньо-магазинне переміщення товарів**

Складність і тривалість операцій з розвантаження товарів транспортних засобів залежать від виду транспорту, яким у магазин завезено товари, фізико-хімічних властивостей товарів, їхніх габаритів, а також від величини площі магазину та обсягів його товарообігу.

Усі товари, які надходять у роздрібні торговельні підприємства, повинні бути прийняті за кількістю та якістю. Це дозволяє забезпечити контроль за збереженням товарно-матеріальних цінностей в магазинах, запобігти потраплянню в реалізацію неякісних товарів, сприяє організації контролю за виконанням постачальниками договірних зобов'язань.

Приймання товарів у магазині здійснюється послідовно й одночасно з розвантажуванням товарів. Основними елементами процесу приймання товарів у магазині є:

- ознайомлення з супровідними документами і перевірка правильності їх оформлення;

- перевірка відповідності найменування товарів і їх маркування даним супровідних документів;
- перевірка кількості місць, стану тари й упаковки;
- перевірка маси брутто;
- перевірка відповідності цін, указаних у супровідних документах, прейскуранту або протоколу узгодження договірної ціни;
- розкривання тари;
- перевірка маси нетто або кількості одиниць товару;
- перевірка якості товарів;
- документальне оформлення результатів приймання.

Існує два основних способи (або напрямки) проведення цих операцій:

- 1) "від товару до супровідного документу";
- 2) "від супровідного документу до товару".

Правильна організація зберігання товарів, збереження їх кількості і якості забезпечує максимальне залучення в реалізацію товарів, які завозяться в роздрібну торгову мережу, зниження матеріальних витрат і затрат праці, підвищення рентабельності торгівлі.

Процес зберігання товарів у магазині пов'язаний з виконанням таких технологічних операцій, як переміщення товарів у визначені для цього приміщення, їх розміщення та укладання в місця зберігання, створення оптимального режиму зберігання, дотримання встановлених термінів зберігання товарів, нагляд за станом товарів під час зберігання і забезпеченням роботи необхідного технологічного обладнання (холодильного, теплового та ін.), підтримання чистоти в приміщеннях магазину, поточний догляд за товарами тощо.

Зберігати товари в магазинах потрібно з урахуванням їх фізико-хімічних властивостей, термінів зберігання та реалізації, черговості надходження в магазин і подавання в торговий зал, додержуючи правила товарного сусідства з тим, щоб не допускати шкідливих впливів одних товарів на інші (передавання запаху, вологості).

## **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 поданням 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 розпакування товарів, їх облагородженням (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.

### ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ (12 балів)

Питання	Відповідь
1) Сортування це	а) розвантаження товарів з транспортних засобів, приймання товарів за кількістю та якістю і їх продаж
2) Облагородження (надання товарного вигляду) це	б) звільнення товару від транспортної тари при збереженні кількості і якості товарів, тари та упаковки
3) Маркування це	с) 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 договорам
4) Комплектування подарункових наборів це	д) очищення від пилу, забруднень, зачищення верхнього шару товарів, який втратив товарний вигляд, прасування товарів, протирання заводського мастила, усунення дрібних дефектів тощо
5) Підготовка товарів до викладання в торговому залі це	е) оформлення і прикріплення (пришивання, приклеювання) до товарів ярликів з вказанням найменування виробу, його артикулу, сорту, розміру, ціни (для позначення ціни можуть застосовуватися спеціальні цінники)
6) Попередня підготовка товарів до продажу це	ф) об'єднання в єдиний набір товарів різних назв спільного призначення
7) Торгово-технологічний процес (ТТП) в магазині це	г) укладання товарів у спеціальну тару, контейнери, лотки, тару-обладнання, корзини, ящики, візки, виконання операцій зі збирання товарів, які надійшли в магазин в розібраному вигляді
8) Основною операцією торгово-технологічного процесу в магазинах є	h) 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
9) Перша схема технологічного процесу в магазинах передбачає	і) комплекс взаємозв'язаних послідовно виконуваних операцій, метою яких є доведення товарів належної якості до торговельного залу для реалізації їх покупцям у

	широкому асортименті з оптимальними затратами праці, часу і при високому рівні торговельного обслуговування
10) Друга схема технологічного процесу в магазинах включає	ж) продаж товарів, решта операцій створюють необхідні умови для успішного здійснення продажу товарів і мають підпорядкований характер
11) Розпаковування це	к) розвантаження транспортних засобів, приймання товарів за кількістю і якістю, їх зберігання, підготовку товарів до продажу, переміщення товарів з неторгових приміщень магазину в торговий зал і їх викладання на торгово-технологічному обладнанні, продаж і обслуговування покупців, розрахункові операції та надання додаткових послуг
12) Третя схема технологічного процесу в магазинах передбачає	л) операції з розвантаження транспортних засобів, приймання товарів за кількістю і якістю, зберігання і продажу