

01.06.2022

Група 25

Урок 70-71

Тема: БУДОВА, УЛАШТУВАННЯ І ПРОЕКТУВАННЯ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мета: ознайомитися з будовою, улаштуванням, вимогами до проектування роздрібних торговельних підприємств.

Приміщення магазину

Ефективність роботи торговельних підприємств, рівень культури обслуговування покупців безпосередньо залежить від улаштування і внутрішнього планування торгових будівель.

Улаштування і внутрішнє планування магазину мають відповідати товарному профілю магазину, забезпечувати можливість застосування прогресивних методів продажу, створювати умови для повного збереження товарно-матеріальних цінностей, високий рівень продуктивності праці працівників торговельного підприємства, упровадження механізації трудомістких процесів тощо.

Раціональне виконання операцій торговельно-технологічного процесу в магазинах залежить від наявності певних приміщень. За функціональним призначенням приміщення магазину поділяють на такі групи, рис. 1.

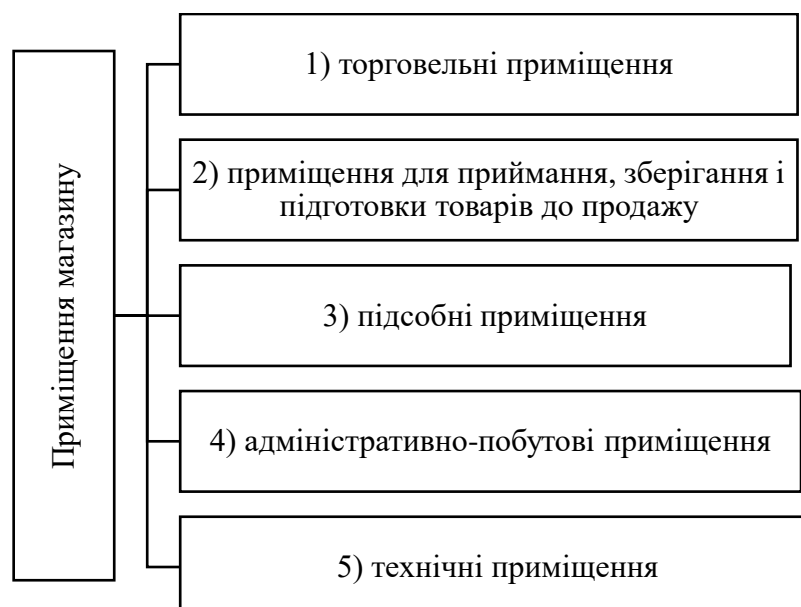


Рис. 1. Класифікація приміщень магазину за функціональним призначенням

Центральне місце в складі приміщень магазину мають торговельні приміщення. До них належать торговельний зал, приміщення для приймання і видачі попередніх замовлень, оформлення продажу товарів у кредит, кафетерій, бюро надання додаткових торговельних послуг тощо. Вони несуть основне функціональне навантаження к магазину. Від розмірів, форм, пропорцій цих приміщень залежить рівень обслуговування покупців, а також економічні показники роботи магазину.

До приміщень для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу відносять розвантажувальні рампи, приміщення для приймання товарів, комори. У продовольчих магазинах, крім того, можуть бути холодильні камери, приміщення для фасування, комплектування попередніх замовлень, експедиції для приймання товарів у нічний час.

Підсобні приміщення використовуються для зберігання і ремонту тари, контейнерів, інвентарю. У них розміщують експедиції для доставки товарів покупцям додому. У цю групу також уходять приміщення для зберігання обладнання, інвентарю, пакувальних матеріалів, для приймання посуду, рекламно-оформлювальна майстерня тощо.

До адміністративно-побутових приміщень відносяться кабінет директора, конторські приміщення (бухгалтерія, плановий відділ, торговий відділ), кімната для приймання їжі і відпочинку, кімната особистої гігієни, туалети, душові, гардероб.

Технічні приміщення включають котельню, машинне відділення холодильних установок, вентиляційну, калориферну, електрощитові, телефонний комутатор, радіовузол, камери кондиціонування повітря.

Склад і розміри приміщень магазинів та функціональний взаємозв'язок між ними залежить від типу підприємства, розміру його торговельного залу, ступеня підготовленості товарів до продажу, їх фізико-хімічних властивостей, термінів реалізації і методів продажу товарів.

Розміщення приміщень магазину

Розміщення приміщень має визначатись їх функціональним призначенням і особливостями торгово-технологічного процесу магазину (рис. 2).



Рис. 2. Схема розміщення основних груп приміщень магазину

При плануванні розміщення приміщень магазину торговельний зал зв'язують з приміщеннями для зберігання товарів і підготовки їх до продажу. Це забезпечує своєчасне поповнення товарних запасів у торговельному залі найкоротшими шляхами руху товарних потоків; вони повинні розміщуватися так, щоб їх можна було ізолювати від інших приміщень. При розміщенні продовольчого і непродовольчого магазинів у одній багатоповерховій будівлі торговельні зали продовольчого магазину слід розміщувати на першому поверсі, а непродовольчого — на вищих поверхах.

Приміщення для зберігання товарів розміщують відповідно до послідовності виконання торговельного-технологічного процесу, створюючи можливості максимальної механізації робіт з переміщення вантажів та забезпечуючи найкоротші шляхи до торговельного залу. З метою скорочення затрат праці з переміщення вантажів рекомендується приміщення для трудомістких і громіздких товарів розміщувати на перших поверхах магазинів.

Для забезпечення збереження товарно-матеріальних цінностей вони повинні бути непрохідними. Вхід у холодильні камери необхідно передбачати через тамбур або приміщення для підготовки товарів до продажу. Двері холодильних камер повинні відкриватися назовні.

Приміщення для розпакування, фасування, зберігання товарів мають розміщуватися згідно з послідовністю виконуваних операцій і зв'язуватися між собою і торговельним залом транспортними коридорами. Їх розміщення в одну лінію дозволяє максимально механізувати роботи з переміщення вантажів.

Адміністративно-побутові і технічні приміщення треба розміщувати окремо від приміщень для підготовки товарів до продажу і зберігання, але вони повинні мати зручний зв'язок з іншими групами приміщень. Не допускається робити Проходи в ці групи приміщень через торговельні зали і приміщення для зберігання і підготовки товарів до продажу. Однотипні приміщення доцільно поєднувати в один блок.

Вимоги до планувань торговельних залів

Головними приміщеннями магазинів є торговельні зали, де безпосередньо здійснюється реалізація товарів і обслуговування покупців. Їх розміри, форми і пропорції повинні забезпечувати оптимальні умови для здійснення завершальної фази торговельно-технологічного процесу. Тому влаштування і планування торговельних залів повинні відповідати таким вимогам:

У створювати покупцям максимальні зручності для придбання ними товарів з мінімальними затратами часу;

- забезпечувати ефективне використання площі торговельного залу під викладку товарів;

- забезпечувати персоналу магазину умови для здійснення контролю за ходом реалізації товарів і збереженням товарно-матеріальних цінностей;

- забезпечувати виникнення перехресних і зустрічних потоків покупців у магазині;

- створювати найкоротші шляхи руху товарів із приміщень для приймання і підготовки товарів до продажу в торговельний зал.

Усю різноманітність торговельних залів можна звести до трьох планувальних схем: квадратної, фронтальної (витагнутої вздовж вулиці) і глибинної (витагнутої перпендикулярно до вулиці). Найзручнішими є торговельні зали прямокутної форми з відношенням сторін від 2:3 до 1:2, оскільки сильно витягнута форма торговельного залу створює труднощі при впровадженні самообслуговування, подовжуються шляхи потоків покупців, погіршується їх орієнтація магазину.

У технологічних плануваннях торговельного залу виокремлюються такі функціональні зони:

- входу і виходу;
- розташування і викладки товарів;
- проходи для пересування покупців;
- розрахункового вузла (в магазинах самообслуговування);
- надання додаткових послуг.

Зона входу-виходу

Улаштування зони входу та виходу магазинів регламентується в основному вимогами стандартів та галузевих норм будівництва підприємств роздрібною торгівлі. У практиці застосовується як відокремлене розміщення зон входу і виходу, так і їх суміщення в єдиній зоні входу-виходу. У невеликих за площею магазинах найбільш раціональним є поєднання зони входу-виходу, що дозволяє спростити організацію торгово-технологічного процесу в магазині, полегшує контроль і запобігає крадіжкам (у магазинах площею понад 300 м згідно з протипожежними нормами вхід і вихід повинні бути ізольованими.). Цікавим проектним рішенням може бути таке облаштування входу і виходу магазину, при якому покупці з вулиці потрапляють не безпосередньо в торговий зал магазину, а у великий хол.

Для облаштування зон входу і виходу застосовують різні варіанти конструкції дверей: з механічним приводом, з шарнірною підвіскою, розсувні двері; у деяких магазинах замість дверей дверні пройми замінені повітряними завісами, тобто потоками повітря, спрямованими зверху вниз. Застосування

повітряних завіс і відкритого входу дозволяє усунути в покупців певний психологічний бар'єр, ніби запрошуючи їх увійти в магазин. Якщо повітряна завіса не використовується, то при вході-виході влаштовується тамбур, в якому влаштовується калорифер. Тамбур усуває повітряні потоки в торговельному залі і зменшує перепад температур між торговельним залом і зовнішнім середовищем.

Розміщення зони залежить від методу продажу. При продажу товарів через прилавок вона розміщується посередині фасаду, при самообслуговуванні (особливо в невеликих магазинах) — з лівого боку фасаду (рис. 3)

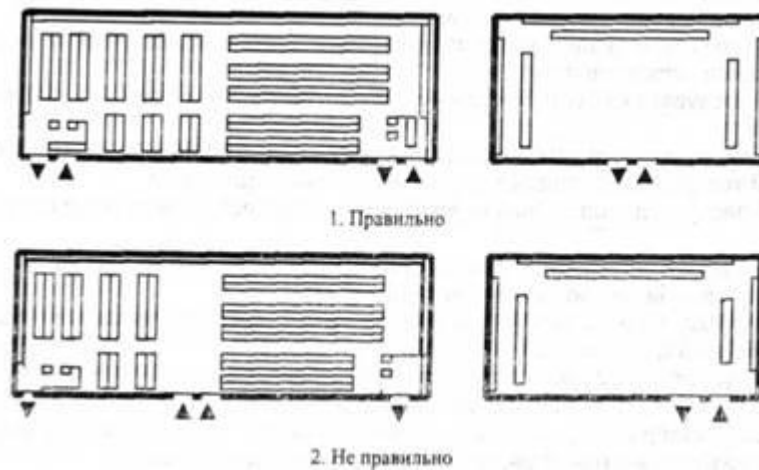


Рис. 3. Розміщення зон входу-виходу в магазинах

У даній зоні в магазинах самообслуговування розміщуються камери зберігання, корзини для покупок. Прилавок для зберігання речей покупців слід розміщувати між вхідним і вихідним потоками покупців. Зона входу за допомогою засобів інформації повинна орієнтувати покупців у магазині. Від торговельного залу зона відділяється турнікетами, декоративними решітками, вітринами.

Зона викладки товарів займає основну площу торговельного залу.

У магазинах, що застосовують продаж товарів через прилавок, товари викладаються на пристінному обладнанні, яке розміщується на робочих місцях продавців. Найбільш поширеним плануванням торговельного залу таких магазинів є лінійне розміщення робочих місць продавців. Залежно від ширини торговельного залу застосовуються різні варіанти лінійного планування. При

ширині торговельного залу до 7 м пристінне обладнання і прилавки обслуговування розміщуються в одну лінію вздовж стіни, що відділяє торговельний зал від приміщень для зберігання товарів. Якщо ширина торговельного залу більше 8 м, робочі місця продавців можуть розміщуватися вздовж двох чи трьох стін.

Лінійне планування торговельного залу в таких магазинах забезпечує наближення робочих місць до комор, що скорочує затрати праці з переміщення товарів у торговельний зал, дає можливість поповнення товарних запасів у години роботи магазину, не створюючи незручностей для покупців.

У магазинах самообслуговування використовуються лінійне, острівне, боксове, виставкове і комбіноване планування торговельних залів. Однак найраціональнішим є лінійне планування торговельних залів.

При лінійному плануванні торговельних залів магазинів самообслуговування зона розміщення товарів і проходів покупців сплановані у вигляді паралельних ліній торговельного обладнання, розміщених перпендикулярно лінії вузла розрахунку. Це дає можливість організувати єдиний вузол розрахунку, покупцям вільно пересуватися по торговельному залу, створювати єдину бригаду матеріально-відповідальних осіб, ефективно використовувати торгову площу.

Лінійне планування може бути з повздовжнім (при ширині магазину 7—12 м), поперечним (13—24 м) та комбінованим (понад 24 м) (рис. 4).

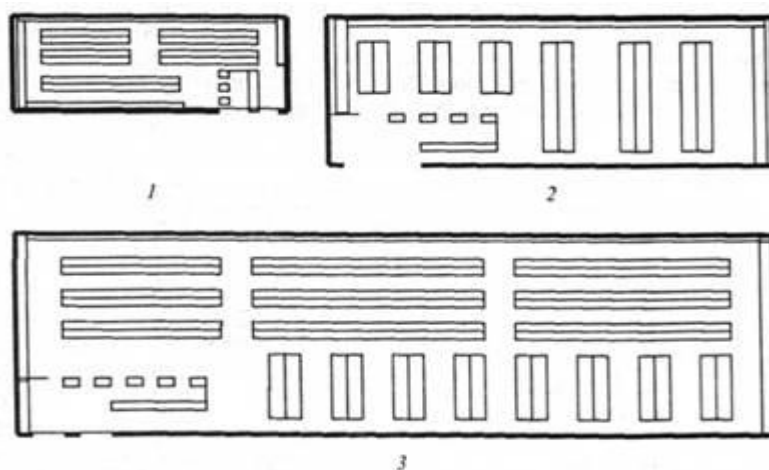


Рис. 4. Системи розміщення обладнання в торговельних залах магазинів

самообслуговування: 1 — лінійне повздовжнє; 2 — лінійне поперечне; 3 —
комбіноване

Довжина ліній гірок не повинна перевищувати 20 м, оскільки більша її довжина гірок призводить до надлишкового скупчення покупців у проходах, утруднює їх пересування у торговельному залі. Змінюючи довжину ліній, можна регулювати рівень концентрації покупців на різних ділянках торговельного залу. Під час розміщення торговельного обладнання слід намагатися, щоб несучі колони були в межах ліній і не заважали пересуванню покупців у торговельному залі.

Важливу роль під час розміщення обладнання в непродовольчих магазинах відіграє вибір місця для примірочних кабін. їх слід розміщувати у кінці ліній вішал. Банкетки для примірювання взуття розміщують паралельно лініям гірок на відстані не менше 2 м від обладнання з товарами.

Важливим елементом планувань торговельних залів є раціональна спрямованість основних потоків покупців, яка досягається шляхом відповідного розміщення обладнання. Тривала практика роботи магазинів доказала, що найбільш раціональним є таке планування торгового залу, коли покупці рухаються по колу проти годинникової стрілки, повертаючись до початкового пункту руху. Це зумовлено тим, що покупці відбирають товари в інвентарні корзини, взяті при вході, і повертають їх при виході з магазину. Тому цей напрям руху покупців треба використовувати таким чином, щоб усі товари були доступні для огляду і відбору, а потоки покупців за можливості не перетиналися. Однак не слід жорстко спрямовувати потоки покупців за визначеними маршрутами за допомогою загороджувальних решіток, декоративного обладнання тощо. Покупцям слід надати свободу у виборі маршрутів пересування в торговельному залі.

Маршрути руху покупців мають починатися в зоні найбільш інтенсивної торгівлі, де розміщені товари, що користуються найбільшим попитом. Ділянки індивідуального обслуговування доцільно розміщувати в глибині торговельного залу.

Боксове планування (рис. 5) застосовують у магазинах, планування приміщень яких потребує розділу торговельного залу на окремі частини, або при використанні продажу товарів за зразками з індивідуальним обслуговуванням. Бокс являє собою ізольовану частину торговельного залу зі своїм вузлом розрахунку. Три сторони боксу закриті обладнанням, а в четвертій розташована зона входу-виходу і розрахунковий вузол. Воно менш ефективне, ніж лінійне планування, оскільки потребує більше персоналу, а також ускладнюється технологічний процес.

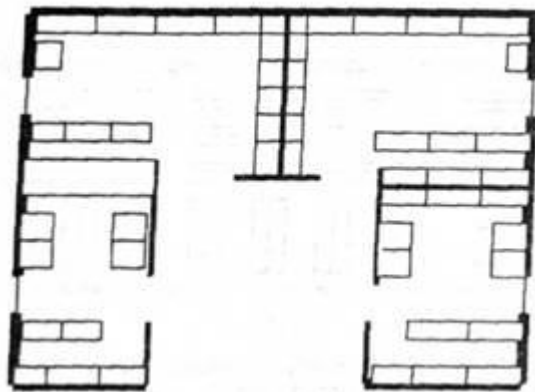


Рис. 5. Схема боксового планування торговельного залу магазину

Виставкове планування застосовується при продажу товарів за зразками. Зал поділяється на частини — демонстраційну, розрахункового вузла, зберігання і видачі товарів.

Вільне планування передбачає розставлення обладнання без певної геометричної форми відповідно до форми торговельного залу.

Для визначення ефективності розміщення обладнання на площі торговельного залу застосовують такі показники:

- коефіцієнт заставленої площі — відношення сумарної площі для встановлення обладнання до загальної площі торговельного залу;
- коефіцієнт демонстраційної площі — відношення сумарної демонстраційної площі обладнання до загальної площі торговельного залу.

У магазинах, які застосовують традиційний метод продажу товарів, коефіцієнт заставленої площі, як правило, не перевищує 0,1—0,15, тобто площа торговельного залу використовується дуже неефективно. Значно ефективніше

використовується площа торговельного залу в магазинах самообслуговування, де рекомендований коефіцієнт заставленої площі коливається в межах 0,27—0,33, а демонстраційної площі —0,65—075.

Підвищення коефіцієнтів заставленої і демонстраційної площі залежить від багатьох чинників, основними з яких є максимальне використання стін торговельного залу для встановлення обладнання, оскільки пристінне обладнання має значно більшу демонстраційну площу, ніж острівне.

Одним з найважливіших елементів процесу продажу товарів є розрахунок з покупцями за товари, який здійснюється у вузлі розрахунку. Основним завданням при цьому є забезпечення високої швидкості розрахунку й ефективність обліку і контролю за збереженням товарно-матеріальних цінностей у торговельному залі. Експериментально доказано, що в черзі біля вузла розрахунку люди починають нервувати вже через 15 секунд. Через хвилину чи дві покупці вже розмірковують, чи не піти їм-ще куди-небудь за потрібним товаром. Якщо покупці бачать великі черги біля кас, вони, як правило, залишають магазин.

У магазинах можуть застосовуватися централізована і децентралізована форми розрахунків з покупцями. При централізованій покупці оплачують вартість покупки в будь-якій з кас, розміщених при виході з магазину, а при децентралізованій — при виході з секцій або розміщених усередині або в кінці ліній обладнання.

Вузол розрахунку розміщують так, щоб не виникали зустрічні і перехресні потоки покупців і щоб, прямуючи до виходу, покупці неодмінно проходили біля однієї з кабін. Крім касових кабін для влаштування вузлів розрахунку використовуються столи для пакування товарів покупцями, для зберігання особистих речей покупців.

Важливе значення має встановлення кількості касових кабін, що визначає пропускну здатність вузла розрахунку. Для визначення кількості робочих місць контролерів-касірів використовують рекомендовані норми площі торговельного залу на одне робоче місце, диференційовані по товарних групах і розмірах

магазинів (табл. 1).

Таблиця 1 - Рекомендовані норми площі торговельного залу на одне робоче місце контролера-касира

Групи товарів	Розмір торговельної площі, м ²		
	до 650	650—1500	понад 1500
Продовольчі, господарські, спортивні, галантерея, парфумерія	60	80	100
Одяг, взуття, трикотаж, білизна, тканини, культтовари	80	100	120

За потреби залежно від конкретних умов діяльності магазину кількість робочих місць контролерів-касірів може коригуватися виходячи з інтенсивності потоків покупців у "години пік" із застосуванням теорії масового обслуговування.

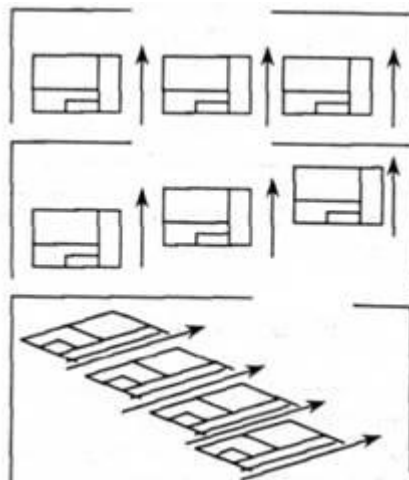


Рис. 6. Схеми влаштування вузлів розрахунку

Касові кабінки рекомендується встановлювати в одну лінію по прямій, можна також встановлювати їх східцями (рис. 6). Кабінки встановлюються таким чином, щоб касири були повернеш обличчям до покупців, що виходять із залу. Відстань між касовими кабінками — 0,6 м. При цьому покупці повинні проходити ліворуч від контролера-касира. Для прискорення розрахунків з покупцями в години пікового навантаження в магазинах рекомендується застосовувати тандемний метод розрахунку, при якому вузол розрахунку утворюється поєднанням в єдине ціле двох, касових кабін, розташованих одна за другою, у першій з яких установлений, касовий апарат. Контролер-касир, який сидить за касовим апаратом, реєструє відібрані покупцем товари і вибиває чек, а касир, який сидить

у другій кабіні, приймає від покупця гроші і видає йому здачу.

Улаштування кафетеріїв

Кафетерії влаштовуються у великих магазинах для швидкого обслуговування відвідувачів. Площі кафетеріїв, барів, буфетів розраховуються згідно з нормами проектування підприємств громадського харчування (табл. 2).

Таблиця 2 - Питомі показники нормованої площі приміщень кафетеріїв залежно від торгової площі магазинів

Приміщення	Питомі показники нормованої площі приміщень кафетерію на кожні 10 м торговельної площі магазину при величині площі магазину					
	до 400 м ²	додатково на кожні 10 м ² понад 400 м ²	до 1000 м ²	додатково на кожні 10 м ² понад 1000 м ²	до 3500 м ²	додатково на кожні 10 м ² понад 3500 м ²
Торговельний зал	0,3	0,1	0,13	0,1	0,12	0,07
Підсобні приміщення	0,15	0,1	0,12	0,08	0,08	0,08

При влаштуванні кафетеріїв їх слід розміщувати з доступом для покупців (у продовольчих магазинах і відділах) із зовнішнього боку розрахункового вузла (поза контрольною зоною) або в приміщеннях з окремим входом для покупців. Від торгового залу кафетерій зазвичай відокремлюється декоративною решіткою.

Відділи замовлень

У продовольчих магазинах з площею торговельного залу понад 400 кв. м (на селі — більше ніж 250 м) можуть організовуватися відділи замовлень. Такі відділи розміщують безпосередньо поряд з приміщеннями для зберігання товарів. У хід у відділ може поєднуватися зі входом у кафетерій або розміщуватися окремо з боку вулиці.

Площа відділу замовлень поділяється на такі функціональні зони: приймання і оформлення замовлень, фасування і комплектування замовлень, зберігання і видавання замовлень.

Площа приміщень відділу замовлень розраховується залежно від торговельної площі магазину (табл. 3).

Таблиця 3 - Питомі показники нормованої площі приміщень відділу
замовлень залежно від торгової площі магазинів

Приміщення	Питомі показники нормованої площі приміщень відділу замовлень	
	на кожні 10 м ² торговельної площі при величині площі магазину 400 м ²	на кожні 10 м ² торговельної площі при величині понад 400 м ² або менше 400 м ²
Приймання і видавання замовлень	0,3	0,28
Комплектування і фасування	0,4	0,2

Склад і розміри неторговельних приміщень визначаються типом підприємств особливостями фізико-хімічних властивостей товарів, характером торговельно-технологічного процесу магазину і передбачаються відомчими будівельними нормами "Підприємства торгівлі. Норми проектування".

Зона приймання товарів

Зону приймання товарів розміщують з боку вантажного двору магазину. Загальними вимогами до її влаштування є:

- наявність спеціальних місць для розвантаження товарів (платформ, рамп).
- виділення місць для розміщення товарів для якісного і кількісного приймання;
- наявність приміщення для приймання товарів у неробочий час;
- забезпечення взаємозв'язку зони приймання товарів з приміщеннями для зберігання і підготовки товарів до продажу та безпосередньо з торговельним залом.

Розвантажувальні платформи повинні мати висоту 1,1—1,2 м, тобто відповідати рівню кузова автомобілів. Кількість розвантажувальних місць і площа платформ залежить від площі торговельного залу. Так, для продовольчих магазинів площею менше ніж 650 м² влаштовується 1 розвантажувальне місце площею 24 м² (на селі — 18 м²), в універсамах площею 650—1000 м² і універмагах площею 1650 м² — 2 розвантажувальних місця площею 48 м².

Розвантажувальні платформи можуть бути прямокутної або пилкоподібної форми. Ширина платформи прямокутної форми має бути 4—4,5 м (для села — 3 м), а пилкоподібної — 2,5—3,5 м у самому вузькому місці. Для захисту розвантажувальних платформ від атмосферних опадів над ними влаштовують дашки, які повинні цілком перекривати платформу і на 1 м кузов автомобіля.

Площа приміщень для приймання береться в розрахунку на 1 розвантажувальне місце: у магазинах площею до 150 м² — 12 м², у магазинах площею понад 150 м²—18 м².

Зона зберігання і підготовки товарів до продажу

Приміщення (зони) для зберігання товарів розміщуються між зоною приймання і торговельним залом з урахуванням спеціалізації у зберіганні окремих груп товарів, розмірів товарних запасів і режимів зберігання. Ці приміщення доцільно розміщувати на одному рівні, безпосередньо за торговельною секцією чи відділом, що створює зручності для подавання товарів у торговельний зал.

Площа комор і приміщень для підготовки товарів до продажу розраховується по товарних групах на кожні 10 м² площі торговельного залу, відведеної для їх реалізації: м'ясо — 0,9 м², риба — 2,4 м², гастрономія — 2,8 м², хліб — 4,7 м², бакалія — 6,1 м², готовий одяг — 4,8 м², тканини, взуття — 3,7 м², меблі — 7,8 м² тощо.

У загальній коморі допускається зберігання різних груп продовольчих товарів за винятком хліба та овочів і фруктів або різних груп непродовольчих товарів за винятком целулоїдних товарів, парфумерних аерозолів та горючих рідин.

У магазинах, розміщених у сільській місцевості, з площею торговельного залу до 100 м² допускається зберігання в загальній коморі продуктів незалежно від їх епідеміологічних характеристик.

Охолоджувальні камери для зберігання швидкопсувних товарів улаштовуються в єдиному блоці. Ці камери відокремлюються від інших приміщень капітальними стінами з тепло- і гідроізоляційним покриттям.

Підготовка товарів до продажу має здійснюватися, як правило, на площі відповідних комор. Однак у продовольчих магазинах виділяють приміщення для розпакування, сортування, фасування, нарізання, очищення товарів, оснащуючи їх відповідним обладнанням. Ця група приміщень повинна мати хороший зв'язок як із зоною приймання і зберігання товарів, так і з торговельним залом.

Допоміжні приміщення

Підсобні приміщення, за винятком приміщень для роботи з тарою, розміщуються в боковій, найвіддаленішій від торговельного залу частині будівлі магазину, оскільки в торговельно-технологічному процесі вони прямої участі не беруть. Склад і розміри цих приміщень визначаються відомчими будівельними нормами.

Комори для тари влаштовують поблизу розвантажувальної платформи, що дозволяє завантажувати вивільнену тару з мінімальними затратами праці. Якщо в магазині організовується приймання від населення скляної тари, то комора повинна мати окремий вхід для здавачів посуду.

Адміністративно-побутові приміщення магазину мають бути ізольовані від приміщень для зберігання товарів і торговельного залу і мати окремий вхід. Якщо магазин розташований в окремо побудованій будівлі, то для зменшення площі забудови доцільно адміністративно-побутові приміщення розміщувати на верхніх поверхах.

Розміщення технічних приміщень визначається їх функціональним призначенням і необхідністю додержання вимог пожежного нагляду і техніки безпеки.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Самостійно розглянути та описати основні вимоги, положення та особливості дизайну магазину, зовнішнього оформлення магазину та інтер'єру магазину.