

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

АНПОУ УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

по дисциплине "Организация торговли"

для студентов заочной формы обучения, обучающихся
по специальности 38.02.04 "Коммерция"

Екатеринбург, 2018 г.

Методические рекомендации по написанию и оформлению контрольных работ

Выполнение контрольной работы по курсу "Организация торговли" является обязательной составной частью изучения данной дисциплины, необходимого для освоения теоретического материала. Своевременное выполнение студентом заочного отделения контрольной работы с результатом "зачтено" является необходимым условием для допуска к выполнению итогового теста.

Благодаря написанию контрольной работы студенты должны научиться осуществлять поиск, анализ, структурирование информации, приобретут навыки систематизации знаний в области организации торговли и потенциальных проблем, связанных с ее осуществлением. В результате выполнения контрольной работы студенты должны приобрести теоретические знания по отдельным разделам дисциплины (понимание изученной темы, проблемы) и практические навыки анализа, структурирования, систематизации и аргументации.

Задания выполняются по вариантам. Из пяти вариантов контрольной работы студент выбирает один вариант по следующей схеме: если первая буква фамилии студента А - Г – студент выбирает вариант № 1, Д - К – вариант № 2, Л – О – вариант № 3, П – С– вариант № 4, Т – Я – вариант № 5.

Структура заданий включает в себя теоретические вопросы и практические задания (ситуации) по основным блокам дисциплины, в том числе, "Организация оптовой и розничной торговли", "Цены и ценообразование в торговле".

Ответ на каждый теоретический вопрос или задание должны начинаться с новой страницы. Изложение каждого задания предваряется его точной формулировкой.

Решение практических заданий (ситуаций) обязательно должно включать:

- краткое изложение соответствующего теоретического материала, которым необходимо руководствоваться при анализе той или иной ситуации
- самостоятельный анализ предложенной ситуации;
- конечный ответ, представляющий собой решение практического задания (ситуации).

Критерии оценивания практических заданий (ситуаций):

- самостоятельность, глубина проработки и завершенность (содержательная, функциональная и эстетическая) при выполнении заданий, предусмотренных в исходной практической ситуации;
- умение подбирать и анализировать разнообразные источники информации для поиска дополнительных данных, необходимых для работы с практической ситуацией, обоснованность применения дополнительных данных для анализа исходной практической ситуации;
- глубина и обоснованность выводов, предложений и рекомендаций по решению практической ситуации.

Ответы на задания контрольной работы печатаются с использованием компьютера. Текст должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word шрифтом Times New

Roman (12 пунктов, через 1,5 интервала) с соблюдением следующих параметров полей: верхнее – 1,5 см, нижнее – 1 см, левое – 2,5 см, правое – 1 см.

Все страницы работы (за исключением титульного листа) должны быть пронумерованы. При этом первой страницей является титульный лист, включаемый в общую нумерацию страниц контрольной работы.

Студент в обязательном порядке должен приводить ссылки на источники, материалы которых были использованы им при ответе на теоретические вопросы и задания. При этом в случае дословного цитирования необходимо проставление кавычек. Оформление ссылок может осуществляться двумя способами: в виде подстрочного примечания (с проставлением верхнего индекса) и путем приведения номера согласно списку использованных источников (непосредственно в тексте в квадратных скобках). В обоих случаях автор работы обязан указывать в ссылке номер страницы, откуда заимствована та или иная информация.

Структура работы должна включать следующие обязательные компоненты:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Ответ на теоретические вопросы
4. Решение практических заданий (ситуаций)
5. Список литературы, использованной для ответа на теоретические вопросы и задания (оформляется в алфавитном порядке с соблюдением соответствующих правил - см. список рекомендованной литературы).

При необходимости контрольная работа может включать схемы, таблицы, иллюстрации, рисунки и т.п.

Ограничений по объему контрольной работы нет.

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине " ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ"**

Вариант № 1

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Экономическая сущность посреднических надбавок и торговых наценок
2. Факторы классификации торговых услуг
3. Понятие и особенности тендерного ценообразования
4. Государственная политика цен: понятие, цели и задачи. Методы государственного регулирования цен

Практические задания (задачи):

Задание 1.

Общая площадь магазина «Восторг» составляет 386 м², из них 128 м² – торговая площадь. Найдите коэффициент соотношения торговой площади к общей площади магазина.

Задание 2.

На основании вопросов проанализируйте основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей», заполните таблицу:

Формулировка вопроса	Ответ	Обоснование (№ и название статьи Закона РФ № 2300-1)

Вопросы:

1. Сведения, которые должны быть указаны на вывеске розничного торгового предприятия
2. Каким образом изготовитель обеспечивает возможность использования товаров в течении его срока службы?
3. Права потребителя, если исполнитель нарушает сроки устранения недостатков выполненной работы или оказываемой услуги.
4. Назовите органы, осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг).
5. Охарактеризуйте порядок расчета с покупателями, в случае приобретения им товара ненадлежащего качества, но не подошедшего по фасону, размеру, расцветке и т.д.

Задание 2.1. Проанализируйте конкретные ситуации и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Ситуация 1. Покупательница купила в магазине дрожжи германского производства. Придя домой, не обнаружила аннотации на русском языке. Снегирева вернулась в магазин и попросила аннотацию на русском языке. Продавец сказала, что аннотации на русском языке у нее уже нет: «Были – все раздала». Объясните права потребителя, обязанности и ответственность продавца в данной ситуации.

Ситуация 2. Потребитель, отдал машину в автосервис, для замены сцепления. По окончании работ ему выставили счет, в который входила переборка коробки передач, которую он не заказывал. Но ему объяснили, что эта работа была необходима и потребовали оплатить ее. Должен ли потребитель оплатить дополнительную работу автосервиса?

Задание 3.

Продукты и услуги, цены на которые, регулируются на региональном и местном уровнях (на примере региона вашего проживания).

Задание 4.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Примеры и условия их применения на рынке продуктов питания. Примеры наглядно проиллюстрировать с помощью фотографий, скриншотов и т.п.

Задание 5.

Подготовьте презентацию на тему «Формирование ассортимента торгового предприятия»

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ"**

Вариант № 2

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Структура торговых надбавок
2. Услуги, относящиеся к основным торговым услугам
3. Факторы, определяющие ценовую чувствительность потребителя. Способы снижения ценовой чувствительности потребителя
4. Продукты и услуги, цены на которые, регулируются на федеральном уровне

Практические задания (задачи):

Задание 1.

В универсаме установочная площадь различных видов торгового оборудования (стационарного, немеханического, контейнеров, холодильников и др.) – 43,2 м². Торговая площадь 126 м². Найдите установочный коэффициент.

Задание 2.

На основании вопросов проанализируйте основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей», заполните таблицу:

Формулировка вопроса	Ответ	Обоснование (№ и название статьи Закона РФ № 2300-1)

Вопросы:

1. Порядок определения режима работы продавца (исполнителя)
2. Что понимают под безопасностью товара (работы, услуги)? Назовите срок, в течение которого изготовитель обязан обеспечивать безопасность товара (работы).
3. Права потребителя, если выполненная работа или оказанная услуга имеет ненадлежащее качество.
4. В чью пользу направляются суммы штрафов, взыскиваемых с изготовителя (исполнителя, продавца)?
5. Особенности расчетов с покупателями в случае расторжения договора купли-продажи, если товар был продан в кредит.

Задание 2.1. Проанализируйте конкретные ситуации и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Ситуация 1. Клиент пришел в парикмахерскую и договорился с мастером о конкретной стрижке и конкретной цене на оказанную им услугу. После оказания услуги при расчете клиенту была названа другая, более высокая цена, которую мастер объяснил тем, что при стрижке он использовал более дорогие средства (клиента об этом в известность не поставили). Какие возможные действия клиента в этой ситуации

Ситуация 2. Покупатель приобрел в магазине «Продукты» йогурт, который оказался испорченным. На следующий день человек обратился в больницу, где ему был поставлен диагноз: «отравление йогуртом». Через несколько дней потребитель обратился в магазин с требованием оплатить ему все расходы, связанные с лечением, но директор магазина в просьбе отказал.

Каковы дальнейшие действия потребителя в данной ситуации?

Задание 3.

Продукты и услуги, цены на которые, регулируются на региональном и местном уровнях (на примере региона вашего проживания).

Задание 4.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Примеры и условия их применения на рынке печатной продукции (книги, газеты, журналы и т.п.). Примеры наглядно проиллюстрировать с помощью фотографий, скриншотов и т.п.

Задание 5.

Подготовьте презентацию на тему «Формы организации розничной торговли»

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ"**

Вариант № 3

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Размещение и оптимальные размеры торговых предприятий.
2. Состав информационно-консультационных услуг, оказываемых покупателю в торговле
3. Понятие относительной стоимости товара. Определение относительной стоимости товара для потребителя.
4. Ценообразующие налоги и их краткая характеристика

Практические задания (задачи):

Задание 1.

Общая торговая площадь магазина 1 200 м², а оборудование занимает в нем в общей сложности 730 м². Определите коэффициент установочной площади.

Задание 2.

На основании вопросов проанализируйте основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей», заполните таблицу:

Формулировка вопроса	Ответ	Обоснование (№ и название статьи Закона РФ № 2300-1)

Вопросы:

1. Права потребителя, если исполнитель не приступил своевременно к выполнению работы.
2. Укажите порядок предъявления и удовлетворения требований потребителя по товарам, приобретенным с недостатками.
3. В каких случаях исполнитель освобождается от ответственности за полную или частичную утрату (повреждение) материала (вещи), принятого от потребителя?
4. Какие предписания может направлять изготовителю (исполнителю, продавцу) федеральный антимонопольный орган (его территориальные органы)?
5. Назовите сроки предъявление потребителем требований в отношении недостатков сезонных товаров. Какие товары относятся к сезонным?

Задание 2.1. Проанализируйте конкретные ситуации и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Ситуация 1. 12 февраля покупатель купил в магазине без примерки полуботинки для сына стоимостью 2500 рублей. Через неделю он обратился к директору магазина с требованием обменять полуботинки, ссылаясь на то, что они не подошли сыну по размеру.

Каковы действия директора магазина в данной ситуации?

Ситуация 2. Покупатель купил товар, на котором не был указан срок его службы. По истечении 4-х лет товар сломался, причинив материальный и физический вред покупателю. Может ли покупатель потребовать возмещения ущерба от производителя?

Задание 3.

Продукты и услуги, цены на которые, регулируются на региональном и местном уровнях (на примере региона вашего проживания).

Задание 4.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Примеры и условия их применения на рынке канцелярских товаров. Примеры наглядно проиллюстрировать с помощью фотографий, скриншотов и т.п.

Задание 5.

Подготовьте презентацию на тему «Тенденции развития розничной торговли в РФ на современном этапе»

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ"**

Вариант № 4

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Понятие и показатели издержек обращения. Планирование издержек обращения на предприятиях торговли
2. Состав услуг по созданию удобств покупателю
3. Факторы, определяющие ценность продукта для потребителя
4. Сравнительная характеристика практики регулирования цен в экономике развитых стран

Практические задания (задачи):

Задание 1.

Торговая площадь магазина 386 м², общая площадь магазина 650м². Найдите коэффициент эффективности использования помещений магазина.

Задание 2.

На основании вопросов проанализируйте основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей», заполните таблицу:

Формулировка вопроса	Ответ	Обоснование (№ и название статьи Закона РФ № 2300-1)

Вопросы:

1. Права потребителя в случае представления ему ненадлежащей (недостоверной, недостаточно полной) информации.
2. Кто, кроме потребителя может требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товаров (работы, услуги)?
3. Ответственность исполнителя в случае нарушения сроков начала и выполнения работы или оказание услуги.
4. Права органов местного самоуправления в случае выявления продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), не сопровождающихся достоверной информацией или с просроченными сроками годности.
5. Сроки предъявления потребителем требований по недостаткам товаров с гарантийными сроками службы.

Задание 2.1. Проанализируйте конкретные ситуации и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Ситуация 1. Покупательница купила в магазине шоколадные конфеты «Ассорти». Через день она пришла в магазин и попросила обменять «Ассорти» на «Кедровый грильяж». Однако заведующая секции отказать удовлетворить требования покупательницы.

Права ли заведующая секции? Дайте обоснование ответа.

Ситуация 2. Покупатель настаивает на обмене телевизора, купленного 2 месяца назад. Свое требование он мотивирует тем, что телевизор имеет плохое изображение, не подлежащее настройке, что подтверждает справка гарантийной мастерской. Продавец не соглашается с требованием покупателя и предлагает ему произвести гарантийный ремонт.

Кто прав в данной ситуации? Ответ обоснуйте.

Если продавец в данной ситуации считает, что недостаток возник вследствие нарушения потребителем правил эксплуатации телевизора, то кто должен доказать этот факт?

Задание 3.

Продукты и услуги, цены на которые, регулируются на региональном и местном уровнях (на примере региона вашего проживания).

Задание 4.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Примеры и условия их применения на рынке товаров для детей, в том числе, детских игрушек. Примеры наглядно проиллюстрировать с помощью фотографий, скриншотов и т.п.

Задание 5.

Подготовьте презентацию на тему «Подготовка товара к продаже»

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ"**

Вариант № 5

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Экономическое содержание торговой услуги
2. Услуги, относящиеся к услугам по оказанию помощи при совершении покупки и ее использовании
3. Стратегия нейтрального ценообразования и особенности ее использования
4. Государственные структуры, регулирующие вопросы формирования, исполнения и контроля за государственной политикой цен

Практические задания (задачи):

Задание 1.

Торговая площадь магазина 234 м², установочная площадь 1090 м². Определите коэффициент установочной площади.

Задание 2.

На основании вопросов проанализируйте основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей», заполните таблицу:

Формулировка вопроса	Ответ	Обоснование (№ и название статьи Закона РФ № 2300-1)

Вопросы:

1. Порядок исчисления гарантийного срока товара, а также срока его службы. Особенности исчисления этих сроков для сезонных товаров.
2. Какие права имеет потребитель, если ему продан товар с недостатком? Каковы особенности удовлетворения требований потребителя в отношении технически сложных товаров?
3. Ответственность исполнителя в случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя.
4. Каково содержание исков, которые в интересах потребителей может направлять в суд федеральный антимонопольный орган (его территориальные органы)?
5. Охарактеризуйте порядок расчетов с покупателем при замене товара надлежащего качества на товар аналогичной марки.

Задание 2.1. Проанализируйте конкретные ситуации и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Ситуация 1. Покупательница купила 27 января льняное масло по цене 150 рублей, а 1 февраля принесла его в магазин с просьбой вернуть его стоимость, т.к. масло оказалось фальсифицированным, о чем свидетельствует акт проведенной независимой экспертизы. Цена аналогичного масла в магазине на момент возврата составила 180 рублей.

Возможно ли удовлетворить просьбу покупательницы? Если да, то какую сумму она должна получить?

Ситуация 2. Покупательница приобрела в магазине бытовой техники миксер, который в период действия гарантийного срока вышел из строя. Покупательница потребовала его замены на миксер аналогичной марки. Директор магазина сказала, что покупательница не имеет права на обмен, но может сделать гарантийный ремонт миксера.

Какие будут ваши предложения по разрешению создавшейся ситуации?

Задание 3.

Продукты и услуги, цены на которые, регулируются на региональном и местном уровнях (на примере региона вашего проживания).

Задание 4.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Примеры и условия их применения на рынке лекарственных препаратов (примеры наглядно проиллюстрировать с помощью фотографий, скриншотов и т.п.)

Задание 5.

Подготовьте презентацию на тему «Типы современных торговых предприятий»

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Торговая деятельность: основные понятия
2. Торговые структуры и их виды.
3. Типы торговых предприятий
4. Формы и виды торговли
5. Оптовая торговля: общая характеристика
6. Социально-экономическое содержание оптовой торговли.
7. Мерчандайзинг в системе оптовой торговли.
8. Методы планирования продаж и составление трейд-маркетингового бюджета.
9. Розничная торговля: общая характеристика
10. Структура, механизм и содержание розничной продажи.
11. Система франчайзинга и практика организации сетевого ретейлинга.
12. Стимулирование сбыта и продаж как инструмент интегрированных коммуникаций.
13. Интернет-торговля
14. Цена как экономическая категория. Понятие и теоретические концепции цены.
15. Виды и функции цен.
16. Состав и структура цены.
17. Формы и методы государственного регулирования цен
18. Ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий.
19. Экономическое содержание торговой услуги.
20. Особенности ценообразования в сфере услуг. Цены на отдельные виды услуг.
21. Классификация торговых услуг.
22. Торговая надбавка и методы ее определения.
23. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки.
24. Затратное ценообразование.
25. Рыночные методы ценообразования.
26. Прочие методы ценообразования.
27. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли.
28. Основные ценовые стратегии предприятий торговли.
29. Элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену.
30. Оценка качества сервиса
31. Понятие, цели и методы ценового стимулирования продаж.
32. Скидки и надбавки к цене.
33. Причины и условия изменения текущих цен.
34. Оценка ценовых решений в торговле.
35. Роль и значение сферы обращения в формировании товароведных характеристик товаров.
36. Характеристика подсистемы «Приемка по качеству».
37. Характеристика подсистемы «закупочная деятельность».

38. Характеристика подсистемы «Управление прогнозированием спроса».
39. Характеристика подсистемы «Управление ассортиментом товаров».
40. Характеристика подсистемы «Управление товарными запасами».
41. Характеристика подсистемы «Новые товары».
42. Характеристика подсистемы «Торговое обслуживание».
43. Характеристика подсистемы «Хранение товаров».
44. Характеристика подсистемы «Управление экспертизой».

ГЛОССАРИЙ по ДИСЦИПЛИНЕ¹

Торговая деятельность (торговля) - вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров.

Оптовая торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для перепродажи, или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Розничная торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Оптово-розничная торговля - совмещение двух видов торговой деятельности: оптовой и розничной.

Потребительский рынок (рынок товаров и услуг) - система общественных отношений, основанных на соблюдении правовых норм, возникающих между государством, изготовителем и продавцом, исполнителем и потребителем в процессе изготовления, реализации и эксплуатации товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Товарное обращение - процесс обращения объектов гражданского права посредством договоров. Объекты обращения - продукты труда, ценные бумаги, валютные ценности, деньги, иное движимое и недвижимое имущество.

Торговая политика - совокупность организационных, правовых, экономических, информационных и иных мер, реализуемых органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами, а также их объединениями в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности в соответствии с законодательством. Различают государственную политику в области торговой деятельности, торговую политику организаций, торговую политику саморегулируемой организации в сфере торговли и т.д.

Покупатель (приобретатель) - физическое или юридическое лицо, приобретающее, заказывающее или имеющее намерение приобрести или заказать товары и услуги.

Розничный покупатель (потребитель) - покупатель - физическое лицо, кроме индивидуальных предпринимателей, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее для использования товаров исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Оптовый покупатель - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее товары для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для перепродажи, или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Продавец - организация независимо от ее организационно-правовой формы, индивидуальный предприниматель и в случаях, установленных законодательством Российской Федерации, гражданин (физическое лицо), реализующие товары и оказывающие услуги по договору купли-продажи или иному аналогичному договору.

Продажа [реализация] товара - передача покупателю товаров на определенных условиях, в том числе по договору купли-продажи или иным аналогичным договорам.

Торговые структуры и их виды

Торговая организация - организация различных организационно-правовых форм, осуществляющая торговую деятельность, включая необходимые средства и работников с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений. Торговые организации подразделяют на организации оптовой торговли, розничной торговли и оптово-розничной торговли.

Торговый объект - здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров. По типу торгового объекта, используемого для осуществления торговой деятельности, различают стационарные торговые объекты и нестационарные торговые объекты.

¹ Формулировки приведены в соответствии с ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения (с Изменением N 1, с Поправкой). Национальный стандарт Российской Федерации. Дата введения: 01.04.2014 г. <http://docs.cntd.ru/document/1200108793>

Стационарный торговый объект - торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и подключенные (технологически присоединенные) к сетям инженерно-технического обеспечения.

Нестационарный торговый объект - торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения (технологического присоединения) к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение.

Торговая сеть - совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации. В торговую сеть могут входить торговые объекты, принадлежащие одному или нескольким юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям.

Стационарная торговая сеть - торговая сеть, включающая в себя стационарные торговые объекты.

Нестационарная торговая сеть - торговая сеть, включающая в себя нестационарные торговые объекты.

Торговое предприятие (предприятие торговли) - имущественный комплекс, расположенный в торговом объекте и вне торгового объекта, используемый торговыми организациями или индивидуальными предпринимателями для осуществления продажи товаров и/или оказания услуг торговли. К торговым предприятиям относят предприятия розничной торговли, оптовой торговли и оптово-розничной торговли.

Предприятие розничной торговли - торговое предприятие, используемое для осуществления розничной торговли. К предприятиям розничной торговли относят магазины, павильоны, киоски и т.п.

Предприятие оптовой торговли - торговое предприятие, используемое для осуществления оптовой торговли.

Сетевое торговое предприятие - торговое предприятие, входящее в торговую сеть.

Оптовая торговая сеть - торговая сеть, представленная предприятиями оптовой торговли.

Розничная торговая сеть - торговая сеть, представленная предприятиями розничной торговли.

Вид торгового предприятия - предприятие торговли, классифицированное по ассортименту реализуемых товаров. К видам торговых предприятий относят предприятия с универсальным ассортиментом, со специализированным ассортиментом, с комбинированным ассортиментом, со смешанным ассортиментом.

Торговое предприятие с универсальным ассортиментом - предприятие торговли, реализующее универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров.

Торговое предприятие со специализированным ассортиментом - предприятие торговли, реализующее одну группу товаров или ее часть. Торговое предприятие со специализированным ассортиментом реализует более 80% объема товаров в стоимостном выражении, относящихся к одной ассортиментной группе.

Торговое предприятие с комбинированным ассортиментом - предприятие торговли, реализующее несколько групп товаров, связанных общностью спроса и удовлетворяющих отдельные потребности.

Торговое предприятие со смешанным ассортиментом товаров - предприятие торговли, реализующее отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров.

Торговое место - место, используемое для совершения сделок розничной купли-продажи с/без использованием (я) торгового объекта, находящиеся* под управлением одного лица или используемое одним лицом или под одним коммерческим обозначением, или иным средством индивидуализации.

Распределительный центр - товарный склад в системе оптовой или розничной торговли, обеспечивающий рациональную реализацию функции товароснабжения предприятий торговли.

Склад - специальные здания, строения, сооружения, помещения, открытые площадки или их части, обустроенные для целей хранения товаров и выполнения складских операций. К складским операциям относят операции по приему, сортировке, комплектации, упаковке, отпуску, отгрузке.

Общетоварный склад - склад, предназначенный для осуществления складских операций и хранения товаров, не требующих специальных условий хранения.

Специализированный склад - склад, предназначенный для осуществления складских операций с одной группой товаров.

Универсальный склад - склад, предназначенный для осуществления складских операций с универсальным ассортиментом товаров.

Типы торговых предприятий

Тип предприятия розничной торговли - предприятие розничной торговли определенного вида, классифицированное по площади торгового зала, методам продажи и/или формам торгового обслуживания покупателей.

Магазин - стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеется торговый зал или торговые залы, подсобные, административно-бытовые помещения и складские помещения.

Универсальный магазин - вид магазина, в котором осуществляют продажу универсального ассортимента продовольственных и/или непродовольственных товаров.

Специализированный магазин - вид магазина, в котором осуществляют продажу товаров одной группы или ее части - продовольственных групп ("рыба", "мясо", "колбасы", "минеральные воды", "хлеб", "овощи-фрукты" и т. д.), непродовольственных групп ("одежда", "обувь", "ткани", "мебель", "книги", "зоотовары", "семена", "цветы" и т. д.).

Гастроном - магазин с площадью торгового зала от 400 м, в котором осуществляют продажу продовольственных товаров универсального ассортимента с преобладанием гастрономических товаров (сыров, колбасных изделий, фруктов, вино-водочных изделий и безалкогольных напитков и т.п.) преимущественно с использованием индивидуального обслуживания покупателей через прилавок.

Супермаркет (универсам) - магазин с площадью торгового зала от 400 м, в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания.

Дискаунтер - магазин типа супермаркет (универсам) эконом-класса с площадью торгового зала от 250 м, в котором осуществляют продажу ограниченного ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса по ценам ниже среднерыночных преимущественно по методу самообслуживания.

Минимаркет (магазин "Продукты") - предприятие розничной торговли с площадью торгового зала от 18 м, в котором с использованием методов самообслуживания и/или индивидуального обслуживания через прилавок осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса узкого ассортимента, включающего ограниченное число разновидностей товаров.

Универмаг - магазин с совокупной площадью торговых залов от 3500 м в городском населенном пункте и от 650 м в сельском населенном пункте, в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров универсального ассортимента.

Магазин-салон (бутик) - специализированный магазин с площадью торгового зала от 18 м, в котором осуществляют продажу ограниченного ассортимента товаров одной группы или ее части преимущественно по методу индивидуального обслуживания продавцом-консультантом. В магазинах-салонах реализуют товары эксклюзивного и/или редкого спроса.

Гипермаркет - магазин с площадью торгового зала от 5000 м, в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно по методу самообслуживания.

Магазин самообслуживания - магазин, в котором продажа товаров организована преимущественно по методу самообслуживания.

Стоковый магазин (магазин "Сток") - неспециализированный магазин с площадью торгового зала не менее 18 м, в котором преимущественно по методу самообслуживания осуществляется продажа по сниженным ценам ограниченного ассортимента непродовольственных товаров, не соответствующих сезону и не пользующихся спросом.

Магазин-склад - предприятие торговли, в котором по методу самообслуживания осуществляют продажу физическим лицам и/или хозяйствующим субъектам продовольственных и непродовольственных товаров непосредственно из транспортной упаковки (ящиков, контейнеров и др.) или в транспортной упаковке.

Комиссионный магазин (магазин "Секонд хенд") - магазин с площадью торгового зала от 18 м, в котором по методу самообслуживания осуществляют продажу непродовольственных товаров, в т.ч. бывших в употреблении и/или принятых от населения по договору комиссии и другим договорам.

Магазин - приемозаготовительный пункт - предприятие розничной торговли с площадью торгового зала от 18 м, в котором наряду с продажей продовольственных и непродовольственных товаров осуществляют на определенных условиях закупки у населения сельскохозяйственной продукции, лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов, ягод, грибов, вторичного и кожевенного сырья, изделий народных промыслов.

Торговый центр - совокупность торговых предприятий и/или предприятий по оказанию услуг, реализующих универсальный или специализированный ассортимент товаров и универсальный ассортимент

услуг, расположенных на определенной территории в зданиях или строениях, спланированных, построенных и управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории стоянку для автомашин.

Торговый комплекс - совокупность торговых предприятий, реализующих товары и оказывающих услуги, расположенные на определенной территории и централизующие функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности. Под функциями хозяйственного обслуживания подразумевают инженерное обеспечение (электроосвещение, тепло- и водоснабжение, канализацию, средства связи), ремонт зданий, сооружений и оборудования, уборку мусора, охрану торговых объектов, организацию питания служащих и т.п.

Аутлет-центр - торговый центр с общей площадью свыше 5000 м, в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров из коллекций (групп товаров, выпущенных в обращение под единым товарным знаком или маркой), не проданных в течение сезона или нескольких сезонов в торговых предприятиях первоначального размещения коллекций, по цене, ниже установленной при продаже товаров в сезон распродажи.

Молл - многофункциональный торгово-развлекательный центр общей площадью от 100000 м

Интернет-магазин - часть торгового предприятия/торговой организации или торговая организация, предназначенная для предоставления покупателю посредством сети Интернет сведений, необходимых при совершении покупки, в том числе об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах и условиях оплаты и доставки, для приема от покупателей посредством сети Интернет сообщений о намерении приобрести товары, а также для обеспечения возможности доставки товаров продавцом либо его подрядчиком по указанному покупателем адресу либо до пункта самовывоза.

Автозаправочная станция - предприятие, осуществляющее розничную продажу нефтепродуктов и оказывающее дополнительные сопутствующие услуги потребителям.

Автомат (торговый автофургон, автолавка) - нестационарный торговый объект, представляющий собой автотранспортное или транспортное средство (прицеп, полуприцеп) с размещенным в кузове торговым оборудованием, при условии образования в результате его остановки (или установки) одного или нескольких рабочих мест продавцов, на котором(ых) осуществляют предложение товаров, их отпуск и расчет с покупателями.

Торговый автомат (вендинговый автомат) - нестационарный торговый объект, представляющий собой техническое устройство, предназначенное для автоматизации процессов продажи, оплаты и выдачи штучных товаров в потребительской упаковке в месте нахождения устройства без участия продавца.

Автоцистерна - нестационарный передвижной торговый объект, представляющий собой изотермическую емкость, установленную на базе автотранспортного средства или прицепа (полуприцепа), предназначенную для осуществления развозной торговли жидкими товарами в розлив (молоком, квасом и др.), живой рыбой и другими гидробионтами (ракообразными, моллюсками и пр.).

Торговый павильон - нестационарный торговый объект, представляющий собой отдельно стоящее строение (часть строения) или сооружение (часть сооружения) с замкнутым пространством, имеющее торговый зал и рассчитанное на одно или несколько рабочих мест продавцов. Павильон может иметь помещения для хранения товарного запаса.

Киоск - нестационарный торговый объект, представляющий собой сооружение без торгового зала с замкнутым пространством, внутри которого оборудовано одно рабочее место продавца и осуществляют хранение товарного запаса.

Торговая палатка - нестационарный торговый объект, представляющий собой оснащенную прилавком легковозводимую сборно-разборную конструкцию, образующую внутреннее пространство, не замкнутое со стороны прилавка, предназначенный для размещения одного или нескольких рабочих мест продавцов и товарного запаса на один день торговли.

Бахчевой развал - нестационарный торговый объект, представляющий собой специально оборудованную временную конструкцию в виде обособленной открытой площадки или установленной торговой палатки, предназначенный для продажи сезонных бахчевых культур.

Елочный базар - нестационарный торговый объект, представляющий собой специально оборудованную временную конструкцию в виде обособленной открытой площадки для новогодней (рождественской) продажи натуральных хвойных деревьев и веток хвойных деревьев.

Торговая тележка - нестационарный торговый объект, представляющий собой оснащенную колесным механизмом конструкцию на одно рабочее место и предназначенный для перемещения и продажи штучных товаров в потребительской упаковке.

Торговая галерея - нестационарный торговый объект, выполненный в едином архитектурном стиле, состоящий из совокупности, но не более пяти (в одном ряду) специализированных павильонов или киосков,

симметрично расположенных напротив друг друга, обеспечивающих беспрепятственный проход для покупателей, объединенных под единой временной светопрозрачной кровлей, не несущей теплоизоляционную функцию.

Формы и виды торговли

Форма торговли - совокупность видов торговой деятельности и видов и типов торгового предприятия, типов торгового объекта. Форма торговли зависит от использования или неиспользования торговых объектов.

Мелкооптовая торговля - разновидность оптовой торговли, связанная с реализацией товаров покупателю, минимальная партия которых равна или меньше одной транспортной (групповой) упаковки изготовителя и поставщика.

Мелкорозничная торговля - разновидность розничной торговли, связанная с реализацией товаров ограниченного ассортимента в нестационарных торговых объектах и по месту нахождения покупателей через передвижные средства развозной и разносной торговли.

Торговля по образцам - форма розничной торговли, осуществляемая по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров.

Развозная торговля - форма мелкорозничной торговли, осуществляемая вне стационарной торговой сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только в комплекте с транспортным средством. К развозной торговле относят торговлю с использованием автомобиля: автолавки, автофургона, тонара, автоприцепа, автоцистерны, магазина-вагона, магазина-судна.

Разносная торговля - форма мелкорозничной торговли, осуществляемая вне стационарной торговой сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем в организациях, на транспорте, дому или улице. К разносной торговле относят торговлю с рук, ручных тележек, через прилавки, из корзин и иных специальных приспособлений для демонстрации, удобства переноски и продажи товаров.

Дистанционная торговля - форма торговли, осуществляемая на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, на интернет-сайтах или представленным на фотоснимках, с использованием средств связи (телерадиорекламы, телемагазина, почтовой связи, электронной торговой площадки и других средств связи) или иными способами, исключая возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар.

Посылочная торговля - вид дистанционной торговли, характеризующийся выбором товаров с помощью каталогов и иных информационных источников, в т.ч. в организациях почтовой связи, и доставкой товаров с использованием посылок, бандеролей и иных почтовых отправок.

Электронная торговля - форма торговли, осуществляемая с использованием информационных систем, информационно-коммуникационной сети Интернет и электронных процедур.

Электронная процедура торговли - правила и порядок совершения электронных операций, связанных с электронной торговлей.

Электронная торговая площадка - комплекс информационных и технических решений, обеспечивающий взаимодействие покупателя (заказчика) с продавцом (поставщиком) через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки.

Интернет-торговля - форма электронной торговли, при которой ознакомление покупателя с товаром и условиями продажи, а также сообщение продавцу о намерении купить товар происходит посредством информационно-коммуникационной сети Интернет.

Комиссионная торговля - форма торговли, осуществляемая на основании заключенных договоров комиссии и других договоров.

Кооперативная торговля - форма торговли, осуществляемая потребительскими обществами и союзами.

Межрегиональная торговля - форма торговли, осуществляемая торговыми организациями, официально зарегистрированными в различных субъектах Российской Федерации.

Бартерная торговля - форма торговли, основанная на выполнении товарообменных хозяйственных операций между хозяйствующими субъектами и предусматривающая расчет за реализованные товары в иной, чем в денежной форме.

Фирменная торговля - форма торговли, характеризующаяся продажей товаров под одним или несколькими товарными знаками в предприятиях торговли, одним из учредителей которых является юридическое лицо или индивидуальный предприниматель - изготовитель данных товаров.

Конкурсная торговля (торги, тендер) - форма торговли, характеризующаяся заключением на торгах договора купли-продажи с победителем, предложившим условия, наиболее полно отвечающие требованиям организаторов конкурса (тендера).

Биржевая торговля - форма оптовой торговли, характеризующаяся заключением на биржевых торгах договора купли-продажи в заранее определенном месте и определенное время по установленным биржей правилам.

Торговля с использованием автоматов - форма розничной торговли, осуществляемая с использованием торговых (вендинговых) автоматов.

Ярмарка - форма торговли, организуемая в установленном месте и на установленный срок с предоставлением торговых мест с целью продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров купли-продажи и договоров бытового подряда цен.

Материально-техническая база торговли

Материально-техническая база торговли - совокупность всех средств труда, выступающих в форме собственных основных фондов торговых предприятий, а также фондов других отраслей, используемых в торговле.

Складское помещение - специально оборудованная часть помещения торгового предприятия, предназначенная для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

Фасовочное помещение и/или участки - помещение, участки (зоны, острова) в соответствующих отделах, в которых осуществляют предпродажную фасовку и упаковку товаров в потребительскую упаковку с одновременным установлением массы или объема товара.

Складской модуль - унифицированное сооружение, устройство, позволяющие реализовывать различные складские функции и включающие в себя необходимую инженерную инфраструктуру (водопровод, канализацию, электропроводку, отопительные узлы, холодильное и другое оборудование), соединенную с внешними коммуникациями. Конструктивное исполнение складских модулей обеспечивает возможность их быстрого соединения друг с другом в единый комплекс - модульный склад, в общем случае добавление (изъятие) складского модуля увеличивает или уменьшает мощность модульного склада, но не изменяет состава его функций.

Складское помещение основного производственного назначения - часть складского помещения, предназначенная для приемки, сортировки, хранения, комплектации, отпуска и отгрузки товаров. В состав складских помещений основного производственного назначения входят приемочные, секции хранения, холодильные камеры, комплектовочные, экспедиции.

Складское помещение подсобного назначения - часть складского помещения, предназначенная для размещения подсобных служб и выполнения работ по организации торгово-технологического процесса. В состав складских помещений подсобного назначения входят помещения для хранения упаковочных и обвязочных материалов, технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары и т. п.

Административно-бытовое помещение торгового предприятия - часть помещения торгового предприятия, предназначенная для размещения аппарата управления и включающая бытовые помещения. В состав административно-бытового помещения входят служебные помещения (офисы), объекты питания персонала, санитарно-бытовые помещения и т.п.

Подсобное помещение торгового предприятия - часть помещения торгового предприятия, предназначенная для размещения вспомогательных служб и выполнения работ по обслуживанию технологического процесса. В состав подсобного помещения входят помещения для хранения упаковочных и обвязочных материалов, технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары, приема стеклянной посуды от населения, экспедиция по доставке товаров на дом, коридоры, тамбуры, вестибюли и т.п.

Технические помещения торгового предприятия - часть помещений торгового предприятия, предназначенная для размещения технических служб и/или выполнения работ по техническому обслуживанию рабочих мест, торгово-технологического и механического оборудования. В состав технических помещений входят вентиляционные камеры, машинные отделения лифтов и холодильных установок, электрощитовые,

котельная, тепловой узел, камеры кондиционирования воздуха, радиоузел, телефонные коммутаторы, опорный пункт автоматизированной системы управления и т.п.

Зона комплектации склада - участок склада, в котором осуществляют комплектацию товаров. Комплектация товаров - это подготовка товаров к продаже, сопровождающаяся сборкой отдельных частей товара.

Зона приемки склада - участок склада, в котором осуществляют приемку поступившего товара, приемочный контроль, принятие товара на учет (приход) и подготовку к размещению на складе.

Зона хранения склада - участок склада, в котором производится хранение, а в ряде случаев и комплектация товаров.

Производственные помещения торгового предприятия - часть помещений торгового предприятия, предназначенная для размещения технологического оборудования и/или оказания услуг (выполнения работ) по изготовлению продукции общественного питания. В состав производственных помещений могут входить цехи общественного питания: мясной, рыбный, кулинарный, хлебопекарный, горячий, холодный и другие цехи.

Контрольно-кассовый узел - специально оборудованная часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями за товары в зонах самообслуживания торгового предприятия, в пределах которой сосредоточено более одной контрольно-кассовой машины.

Вспомогательная площадь товарного склада - площадь складских помещений вспомогательного назначения, включая служебные помещения, пункты питания, санитарно-бытовые помещения, вестибюли, лестничные клетки, тамбуры.

Грузовая площадь склада - площадь складских помещений, занимаемая оборудованием, предназначенным для хранения товаров (стеллажами, поддонами, контейнерами).

Общая площадь товарного склада - площадь всех помещений товарного склада.

Подсобная площадь товарного склада - площадь складских помещений подсобного назначения: помещения для хранения упаковочных и обвязочных материалов, технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары.

Складская площадь товарного склада - площадь складских помещений основного производственного назначения: приемочные, секции хранения, холодильные камеры, комплектующие, экспедиции.

Общая площадь торгового предприятия - площадь всех помещений торгового предприятия. В состав общей площади торгового предприятия входят все надземные, цокольные и подвальные помещения, включая галереи, тоннели, площадки, антресоли, ramпы и переходы в другие помещения.

Торговая площадь торгового предприятия - площадь торговых помещений торгового предприятия.

Торговое помещение предприятия розничной торговли - часть помещения розничного торгового предприятия, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг. К торговым помещениям не относят административно-бытовые помещения, а также помещения для приемки, хранения товаров и подготовки их к продаже, в которых не осуществляют обслуживание покупателей.

Торговый зал предприятия розничной торговли - специально оборудованная основная часть торгового помещения предприятия розничной торговли, предназначенная для обслуживания покупателей. Часть торгового зала торгового предприятия (торгового объекта) может использоваться для создания необходимого торгового запаса (складирования запаса), предназначенного для обеспечения бесперебойной торговли.

Площадь торгового зала - часть розничного торгового объекта, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей; площадь контрольно-кассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей. К площади торгового зала не относят площадь подсобных, административно-бытовых помещений, транспортных коридоров, а также помещений для приемки, хранения товаров и подготовки их к продаже, в которых не осуществляют обслуживание покупателей.

Полезная площадь крытых и открытых складов - площадь всех помещений склада, кроме площадей, занятых административными, техническими и бытовыми помещениями, стационарным оборудованием, железнодорожными и подкрановыми путями, противопожарными проездами и автодорогами.

Коэффициент использования складской площади - показатель, характеризующий отношение грузовой площади товарного склада к складской площади.

Установочная площадь розничного торгового предприятия - часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.

Экспозиционная [демонстрационная] площадь - суммарная площадь горизонтальных, вертикальных и наклонных плоскостей торгового оборудования, используемого для показа и демонстрации товаров в торговом зале.

Отдел [секция, торговая зона] торгового предприятия - часть площади торгового зала, предназначенной для продажи товаров определенной группы или определенных групп.

Торговое оборудование - технические средства (стационарные или перемещаемые предметы мебели, устройства и (или) механизмы), устанавливаемые в торговом помещении предприятия розничной и оптовой торговли для размещения, фасовки, хранения и демонстрации товара, реализации, а также для проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.

Торговый процесс и торговое обслуживание

Технология торговли - совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов.

Способ организации торговой деятельности - совокупность форм и условий торгового обслуживания покупателей.

Форма продажи товаров - организационный прием доведения товаров до покупателей. Различают магазинные и внемагазинные формы продажи товаров.

Метод самообслуживания - метод обслуживания покупателей, при котором покупатели имеют прямой доступ к товарам, размещенным на (в) приспособленном (предназначенном) для этого торговом оборудовании и/или месте, и самостоятельно, не пользуясь услугами персонала, осуществляют выбор и отбор товаров.

Выкладка товаров - размещение товаров в торговом зале, во внешних витринах торгового предприятия, позволяющее демонстрировать (показывать) товары покупателям. Выкладку товаров осуществляют в зависимости от назначения, форм и свойств товаров, например, по видам изделий, артикулам, размерам. Выкладкой не является размещение товаров в торговом зале в закрытом торговом оборудовании (непрозрачных, закрытых шкафах, контейнерах и подобном оборудовании) или в закрытой транспортной упаковке (коробах, ящиках и тому подобной упаковке), не позволяющее покупателю самостоятельно обозреть товар.

Демонстрация товара - торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потребительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работы, или испытание товара в действии.

Фасование в торговле (фасовка, предпродажное фасование) - упаковывание товаров в потребительскую упаковку на предприятии торговли с одновременным или предварительным установлением массы или объема товаров, в том числе путем нарезки.

Торговое обслуживание - деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги.

Форма торгового обслуживания - организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания покупателей: индивидуальное обслуживание продавцом/продавцом-консультантом (через прилавок, салонное обслуживание и т.п.), метод самообслуживания или комплексное обслуживание покупателей (сочетание индивидуального обслуживания продавцом/продавцом-консультантом и метода самообслуживания).

Процесс торгового обслуживания - комплекс последовательных операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торгового предприятия.

Условия торгового обслуживания - совокупность факторов, воздействующих на покупателя в процессе торгового обслуживания.

Качество торгового обслуживания - совокупность характеристик процесса и условий торгового обслуживания покупателей.

Культура торгового обслуживания - совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала.

Радиус торгового обслуживания - расстояние, преодолеваемое покупателями от места жительства до предприятия торговли.

Система торгового обслуживания - совокупность взаимосвязанных элементов, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания.

Скорость торгового обслуживания - среднее время, затрачиваемое на обслуживание одного покупателя.

Услуги торговли - результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при покупке и продаже товаров. Услуги торговли включают в себя услуги розничной торговли и оптовой торговли.

Услуги розничной торговли - результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при приобретении товаров по договорам купли-продажи или иным аналогичным договорам.

Услуги оптовой торговли - результат взаимодействия продавца и оптового покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при приобретении товаров для последующей их перепродажи или профессионального использования.

Безопасность услуги торговли - комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество покупателя (потребителя).

Ассортимент услуг торговли - набор различных услуг торговли, объединенных или сочетающихся по определенным признакам.

Доступность товаров для населения - комплексный показатель, характеризующий обеспеченность населения товарами, представленными в торговой сети города (региона, страны). Различают экономическую (ценовую) и территориальную доступность товаров.

Товародвижение - процесс физического перемещения товаров от производителя в места продажи или потребления.

Форма товародвижения - организационный прием, представляющий собой разновидность способов продвижения товаров от производителя в места продажи или потребления.

Транзитная форма товародвижения - форма товародвижения от производителя непосредственно в места продажи или потребления, минуя склады посредников.

Складская форма товародвижения - форма товародвижения от производителя в места продажи или потребления через одно или несколько складских звеньев посредников.

Этапы товародвижения - стадии прохождения товаров при его продвижении от производителя к потребителю как на основе перехода прав собственности на товар, так и без него при транзитной и складской форме товародвижения.

Товароснабжение - система мероприятий по доведению товаров от поставщика до мест продажи или потребления.

Торгово-технологический процесс - комплекс последовательных операций, обеспечивающих процесс продажи и покупки товаров и товародвижения. Торгово-технологический процесс включает в себя операции по приему товара, его хранению, подготовке к продаже, выкладке и пополнению товара в торговом зале, демонстрацию, операции по обслуживанию покупателей и осуществлению учетно-расчетных операций.

Операция торгово-технологического процесса - отдельная законченная однородная часть торгово-технологического процесса.

Товароведение в торговле

Товар - объект гражданских прав (работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Товароведение - наука и учебная дисциплина об основополагающих характеристиках товаров, определяющих потребительские свойства, и факторах обеспечения этих характеристик.

Товарные ресурсы - продукция, производимая внутри страны и завозимая по импорту, предназначенная для продажи населению, снабжения социальных учреждений и специального контингента потребителей, переработки и хозяйственных нужд, а также создания товарных запасов.

Безопасность товара - состояние товара в обычных условиях его использования, хранения, транспортирования и утилизации, при котором риск вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя ограничен допустимым уровнем.

Товарная экспертиза - исследование и оценка экспертами основополагающих потребительских характеристик товаров, а также их изменений в процессе товародвижения или при использовании потребителями, для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений.

Класс товаров - совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение. Класс товаров может быть представлен, например, швейными изделиями, трикотажными изделиями; класс товаров определяют согласно ОК 034-2014 (ОК 034-2014 (ОКПД 2) "Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности").

Группа товаров - совокупность товаров определенного класса, обладающих сходными потребительскими свойствами и показателями, а также общим назначением. Примером конкретной группы товаров являются верхняя одежда, белье, обувь, молочные продукты и т.п.; группы товаров определяют согласно ОК 034-2014.

Вид товаров - совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением. Примером конкретного вида товаров являются плащи и куртки, принадлежащие к группе верхней одежды, а также представители других групп (классов), такие как телевизоры, холодильники, кровати. Вид товаров определяют согласно ОК 034-2014.

Сорт товара - категория качества одноименного товара, отличающаяся значениями показателей качества от высших и низших градаций качества.

Товарная единица (ассортиментная единица) - развернутое торговое наименование, отражающее исчерпывающий перечень потребительских признаков, необходимых и достаточных покупателю для окончательного решения о покупке товара.

Продовольственные товары - продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Непродовольственные товары - продукты производственного процесса, предназначенные для продажи его населению, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, но не с целью употребления в пищу человеком.

Товары народного потребления - товары, предназначенные для продажи населению с целью личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Товары производственного назначения - товары, предназначенные для продажи юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям с целью их использования в хозяйственной деятельности. К товарам производственного назначения относят технологическое оборудование, строительно-дорожную технику, транспортные машины общего пользования, топливно-сырьевые товары и т.п.

Товары повседневного спроса - продовольственные и непродовольственные товары сформированного спроса, регулярно используемые в личном, семейном потреблении.

Качество товара - совокупность потребительских свойств товара, соответствующих установленным требованиям, в т.ч. условиям договора купли-продажи или иным аналогичным.

Потребительское свойство товара - свойство товара, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей. Потребительские свойства товара могут быть указаны в маркировке товара.

Товарные потери - потери, порча, бой товаров при их перевозке, хранении, предпродажной подготовке и реализации, включая потери по истечении срока годности.

Активируемые потери - потери, возникающие вследствие частичной или полной утраты свойственных товару потребительских свойств и списываемые по актам.

Нормируемые потери - потери, списываемые по утвержденным нормам. К нормируемым потерям относят естественную убыль и предреализационные потери.

Предреализационные потери - разновидность количественных нормируемых потерь, возникающих при подготовке товаров к продаже.

Естественная убыль - товарные потери, обусловленные естественными процессами, вызывающими изменение массы товара. К естественной убыли относят усушку, распыл, утечку, розлив и т.д.

Нормы естественной убыли - предельный размер товарных потерь, устанавливаемый нормативными документами по конкретному виду товара.

Недостача - физическое отсутствие денежных и материальных средств, включая товары и основные средства, выявленное в результате проведения контрольных процедур, ревизии, инвентаризации.

Товарное соседство - допустимые условия хранения, выкладки, реализации продовольственных товаров в торговом объекте совместно с непродовольственными товарами с целью недопущения их загрязнения.

Конкурентоспособность товара - способность товара обеспечивать коммерческий успех в условиях конкуренции и отвечать требованиям рынка по сравнению с аналогами-конкурентами.

Разновидность товаров - совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков. Разновидность товаров представляют в виде конкретных марок, моделей, артикулов, сортов.

Ассортимент товаров - набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков (видам, классам, группам, моделям, размерам, цветам и/или иным признакам), предназначенный для продажи населению.

Торговый ассортимент - ассортимент товаров, представленный в торговом предприятии или в торговой сети.

Структура ассортимента товаров - соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в наборе. Совокупностью товаров являются класс, группа, вид товаров; для наглядности структуру ассортимента выражают в процентах.

Обновление ассортимента товаров - качественные и количественные изменения состояния набора товаров, проявляющиеся в пополнении новыми товарами и в исключении из него устаревших товаров.

Управление ассортиментом товаров - деятельность по формированию, поддержанию и совершенствованию ассортимента товаров с целью обеспечения рентабельности торговли.

Ассортиментный перечень товаров - часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже.

Ценник - бумажный или иной визуальный носитель информации, доступный для покупателей, в том числе с электронным отображением информации, с использованием грифельных досок, стендов, световых табло. Ценник сопровождает образцы товаров, выставляемых на прилавках, витринах и т.п., и должен содержать информацию о наименовании товара, сорте (при наличии), цене за массу или единицу (штуку, метр и т.д.) товара.

Финансово-экономические и организационно-технологические показатели торговли

Цена - денежное выражение стоимости товара за количественную его единицу. При налогообложении под рыночной ценой товара (работы, услуги) подразумевают цену, сложившуюся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии - однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

Цена базисного периода - цена товара (работы, услуги), принятая за базу сравнения при исчислении индекса цен.

Оптовая цена - цена товара, реализуемого продавцом или поставщиком покупателю с целью его последующей перепродажи или профессионального использования.

Договорная цена - цена, зафиксированная в договоре о выполнении работ, оказании услуг, купле-продаже, согласованная между продавцом и покупателем в ходе заключения договора.

Закупочная цена - цена, по которой осуществляют закупки сельскохозяйственной продукции и других товаров у производителей оптовые и розничные предприятия, в том числе и для государственных нужд.

Розничная цена - цена товара, реализуемого непосредственно населению для личного, семейного, домашнего использования по договору розничной купли-продажи.

Оборот торговли (товарооборот) - объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени.

Оборот розничной торговли (розничный товарооборот) - объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования.

Оборот оптовой торговли (оптовый товарооборот) - объем продажи товаров производителями и/или торговыми посредниками покупателям для дальнейшего использования в коммерческом обороте.

Товарная структура оборота - соотношение отдельных товарных групп в общем объеме товарооборота, выраженное в процентах.

Товарные запасы - количество товаров в денежном или натуральном выражении, находящихся в торговых предприятиях, на складах и в пути на определенную дату.

Товарные запасы в днях оборота - относительный показатель обеспеченности торговли товарными запасами на определенную дату, показывающий на сколько дней торговли хватит этих запасов.

Норматив товарных запасов - оптимальный размер товарных запасов, обеспечивающий бесперебойную продажу товаров при минимальных затратах.

Издержки обращения - денежная оценка затрат, произведенных продавцом в процессе продвижения товаров к покупателю за определенный период времени. Различают материальные, финансовые, трудовые и иные затраты.

Денежные затраты торгового предприятия - денежная оценка суммарных затрат торгового предприятия, как относимых на издержки обращения, так и не учитываемых в их составе.

Торговый аудит (торговая аудиторская проверка) - процедура независимой систематизированной и документированной проверки торговой организации, проводимой для оценки соответствия ее деятельности установленным требованиям.

Перечень рекомендуемой литературы

Основная учебная литература

1. Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: учебник для СПО / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 506 с.
<https://biblio-online.ru/viewer/9A77383D-91DE-4969-BC9D-54A1E6ECB0D9#page/2>
2. Маховикова Г.А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для СПО / Г.А. Маховикова, В.В. Лизовская. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 231 с.
<https://biblio-online.ru/viewer/042FB353-F3D1-4031-8E4F-04C23C35A824#page/2>
3. Лифиц И.М. Товарный менеджмент: учебник для СПО / И.М. Лифиц, Ф.А. Жукова, М.А. Николаева. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 405 с.
<https://biblio-online.ru/viewer/05A6AB2B-1A76-480A-8FA9-28570DBFE8BE#page/2>
4. Организация торговой деятельности: краткий курс лекций / Сост. С.А. Поповская // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». - Саратов, 2016. - 59 с.
<http://www.sgau.ru/files/pages/21858/14705614530.pdf>

Web-ресурсы

1. АКОРТ: Официальный сайт Ассоциации компаний розничной торговли:
<http://www.acort.ru/>
2. Все о розничной торговле: <http://www.retail.ru>
3. Издательский дом «Российская торговля»: <http://www.ros-torg.net>
4. Информационно-правовой портал «Гарант»: <http://www.garant.ru>
4. Официальный сайт Национальной ассоциации участников сетевой торговли:
<https://rusretailers.ru/>
5. Официальный сайт Национальной торговой ассоциации: <http://www.nta-rus.com>
6. Официальный сайт Роспотребнадзора: <http://rosпотребнадзор.ru>
7. Официальный сайт Союза Потребителей Российской Федерации:
<http://www.potrebitel.net>
8. Розничная торговля: новости, блоги, аналитика: <http://torgrus.com>
9. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера):
<http://www.rbc.ru>
10. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru>

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

АНПО УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**Контрольная работа
по дисциплине "Организация торговли"**

Вариант _____

Выполнил студент ____ курса
специальность _____

(Ф.И.О. студента)

Проверил: Погасий Ю.Г.

Екатеринбург, 2018 г.