

ВВЕДЕНИЕ

Важность таких факторов как эффективность и уникальность в современной конкурентной среде выходит на первостепенное место. Технологичность бизнеса -- это конкурентное преимущество, ноу-хау и серьезный источник дохода любой коммерческой организации.

Торгово-технологическое оборудование -- основа современного магазина.

Первоначальная сложность данной темы незаслуженно остаётся в стороне, но те, кто вплотную занимаются этим вопросом, делают значительный шаг вперед, оставляя конкурентов далеко позади. Можно рассматривать несколько сторон технологического апгрейда магазина. В-первую очередь, бизнес процессы функционирования торгового объекта, которые можно разделить на товарные потоки, аналитические системы, распределение нагрузки на персонал, систему контроля и учета. Совершенство в данной тематике дает более глубокое понимание происходящих процессов, что в свою очередь, показывает ситуативные возможности и точки роста. Следствием будет понимание требуемых характеристик в использовании существующих помещений и оборудования. Таким образом, появляется возможность сформулировать требования к торговому-технологическому оборудованию и максимально эффективно осуществить инвестиции.

Часто возникает, совершенно обратный процесс, сначала приобретается торговое-технологическое оборудование, а потом придумывается технология работы. Такой подход возможен, но не гарантирует оптимальный выбор оборудования и может привести к бессмысленной растрате средств.

Если непосредственно обратиться к торговому-технологическому оборудованию, то можно выделить следующие группы: холодильное оборудование, торговая мебель, механическое или обрабатывающее оборудование, тепловое, нейтральное и другое. К нейтральному торговому-технологическому оборудованию относятся столы, мойки, различные шкафы, полки, вытяжные зонты, гастроремкости и многое другое.

Тепловое оборудование представлено плитами, печами, сковородками, различными грилями и рядом других решений, обеспечивающих тепловую обработку продуктов.

Раздел механическое торговое-технологическое оборудование представлен мясорубками, пилами для мяса, куттерами, процессорами, колодами, топорами, разделочными досками, ножами. А также овощерезками, овощечистками, миксерами, тестомесами и многими другими полезными устройствами. Все это позволяет не только представить товар в магазине, но и осуществлять обработку продуктов, эффективную подачу в зал и представление.

Важно отметить, что большим потенциалом эффективной работы является поиск наиболее оптимальной схемы работы с поставщиками с точки зрения объема закупок, размера складских запасов и количества представленных взору покупателей наименований. Наиболее успешная схема позволяет получать выгодные цены, эффективно оборачивать товар и разумно использовать оборотные средства.

Тема данной курсовой работы актуальна в настоящее время, так как, торговое-технологическое оборудование является важным атрибутом любого предприятия

розничной торговли. Достижения максимума возможного от каждой полки в магазине - основа хорошей доходности торгового объекта.

Объектом исследования выступает продуктовый магазин ООО «ДИАМОН».

Предметом исследования является торгово-технологическое оборудование данного предприятия.

Целью данной курсовой работы является анализ оснащения, эффективность использования торгово-технологического оборудования магазина, выработка предложений по его совершенствованию.

1 Основы торгово-технологической оснащённости предприятия розничной торговли

1.1 Понятие и сущность торгово-технологического оборудования

Независимо от области, торговое оборудование -- это одна из тех «одежек», по которым встречают ваш магазин или павильон, и показать себя достойно -- половина успеха.

Каким бы было направление деятельности, будь то продажа компьютеров, модной одежды или продуктов, качественное торговое оборудование позволяет эффективно размещать товар и будет служить верную службу на протяжении всего срока эксплуатации.

По сути, торговое оборудование -- это тот же продавец-консультант. Оно точно так же окружает посетителя магазина заботой и вниманием, показывает товар в лучшем свете, предлагает возможные варианты, подчёркивает его положительные черты и характеристики, выделяет ту или иную модель и советует обратить на неё внимание. Поэтому выбор нового оборудования, является очень важным процессом, он сродни приёму нового сотрудника на работу, в данном случае руководитель несёт ответственность целиком и полностью за конечный результат, а именно за прибыль торговой компании и объемы продаж.

Торговым оборудованием называют разные приспособления, которые предназначены для реализации определенной продукции. Вообще оборудование для магазинов выделяют в две основные группы, это выставочное оборудование и оборудование, которое направлено на автоматизацию торговли. Если это выставочное оборудование, то к нему относится разнообразная торговая мебель, это торговые витрины, стеллажи, торговые прилавки, эконопанели и так далее. Для автоматизации продажи товаров помогут кассовые аппараты, аппараты для взвешивания и оборудование для штрих-кодирования.

При выборе торгового оборудования для магазина, нужен точный план помещения, то есть потребуются планировать различные варианты еще на стадии ремонта или строительства нового магазина. Причем подобрать и купить любое торговое оборудование можно даже через интернет, где есть специальные каталоги с выбором товаров. Однако при этом следует основываться на три главных критериях, это качество, удобство и функциональность торгового оборудования.

Поэтому следует обращаться к уже проверенным фирмам, которые смогли зарекомендовать себя, как профессионалы в производстве торгового оборудования.

Относительно функциональности оборудования, то в этом случае можно проконсультироваться со специалистами или попросить помощь у человека,

который хорошо разбирается в этих вопросах. Что касается удобства и размещения торгового оборудования, то в этом случае помогут специалисты, которые разрабатывали планировку помещения, а также посоветоваться с сотрудниками, которым необходимо обеспечить комфортное и функциональное рабочее место.

1.2 Требования к оборудованию, инвентарю и посуде

Требования к оборудованию, инвентарю и посуде регламентируются соответствующими нормативными документами и являются общеобязательными, независимо от формы собственности для всех торговых предприятий.

Санитарными нормами и правилами 2.3.6.1066-01 установлены следующие требования:

- 1) Организации торговли должны быть оснащены необходимым торговым оборудованием, инвентарем, посудой, тарой, упаковочными материалами, изготовленными из материалов, разрешенных органами и учреждениями госсанэпидслужбы в установленном порядке.
- 2) Все холодильные установки в организациях торговли оснащаются термометрами для контроля температурного режима хранения пищевых продуктов. Использование ртутных термометров для контроля работы холодильного оборудования не допускается. Охлаждаемые камеры рекомендуется оборудовать термореле и (или) системами автоматического регулирования и регистрации температурно-влажностного режима.
- 3) Колода для разуба мяса устанавливается на крестовине или специальной подставке, скрепляется металлическими обручами, ежедневно по окончании работы зачищается ножом и посыпается солью. Периодически, по мере необходимости, колоду спиливают и остругивают.
- 4) Контроль за температурно-влажностным режимом хранения продуктов в охлаждаемых камерах, складских помещениях, хранилищах для овощей, фруктов и т.д. производится ежедневно с помощью термометров и психрометров, установленных на видном месте, удаленных от дверей и испарителей.

1.3 Типизация, унификация, стандартизация торгового оборудования

Увязка размеров и конструкции торгового оборудования параметрами помещений, организация массового промышленного выпуска возможны только при условии типизации, унификации и стандартизации оборудования.

Типизация - это система мероприятий, направленных на устранение излишнего многообразия и отбор наиболее рациональных типов оборудования. Типизация позволяет вести многообразие конструкций к небольшому числу технически-совершенных и экономически-эффективных, отвечающих современным требованиям и подлежащих массовому распределению типов оборудования. Она способствует выявлению и отбору наиболее рациональных типов торгового оборудования, оправдавших себя на практике. Отдельные виды оборудования, похожие по назначению, форме, конструкции и отнесённые к одному типу, могут отличаться размерами. Каждый размер отдельного вида оборудования одного типа называется типоразмером, а несколько его типоразмеров составляют размерный ряд.

Стандартом предусмотрено подразделение оборудования на следующие основные типы:

- пристенные и островные горки;
- секции замкнутых зон внутри торгового зала;
- прочие товароносители;
- прилавки;
- немеханические кассовые кабины;
- механические кассовые кабины;
- столы для упаковки товаров;
- вешала для одежды;
- и другие.

При использовании типового оборудования имеется возможность введения системы заранее продуманного и экспериментально-проверенного размещения товаров, способов их укладки, позволяющих повысить производительность труда работников магазина и качество обслуживания покупателей. Но самое важное то, что типизация оборудования даёт возможность разработать конфигурацию размещения оборудования в торговом зале магазина. Отдельным типам оборудования присваивают названия.

Унификация -- это приведение к единообразию форм, конструкций и размеров деталей, из которых производится сборка торгового оборудования. Это позволяет использовать унифицированные детали (стойки, кронштейны, полки и др.) для различных типов оборудования. В процессе унификации сокращается ненужное многообразие деталей, имеющих одинаковое функциональное назначение.

Унификация торгово-технологического оборудования тесно связана с модульной системой размеров. Под модулем понимают условную единицу измерения (стандартное число), равное 100 миллиметров (кроме перфорации стоек). Размеры оборудования устанавливают кратными модулю М -- 0,25М, 0,5М. То есть, размер оборудования должен быть таким, чтобы его параметры (высота, длина, глубина) делились на модуль без остатка. Модульная система унификации составляющих элементов даёт возможность создать на её основе различные композиционные модели торгового оборудования, которые обуславливают их универсальность и возможность применения для продажи практически всех групп товаров в магазинах разной специализации. Унифицированное оборудование удобно при изменении технологической планировки магазина. Оценка уровня унификации оборудования производится при помощи коэффициента унификации по формуле:

$$K = Q1 * Q2, (1)$$

где Q1 -- количество унифицированных элементов, входящих в изделие;

Q2 -- общее количество элементов, входящих в изделие.

Постоянное повышение уровня унификации оборудования упрощает производство и способствует снижению затрат на его изготовление и эксплуатацию.

Стандартизация -- это разработка и установление нормативных требований к размерам, материалам, качеству изготовления, правилам приёмки, маркировке, упаковке, транспортированию и хранению торгового оборудования. Эти требования

изложены в госстандартах и технических условиях, обязательных к применению во всех отраслях промышленности и торговли на всей территории Российской Федерации. Стандартами установлены термины и определения, характеризующие различные типы мебели для торговых залов магазинов, их основные размеры, технические требования к конструкции, материалу изготовления и покрытия, требования к нагрузке, методы испытаний, а также требования к маркировке, упаковке, хранению и транспортировке различных типов немеханического оборудования магазинов. Предпосылкой для разработки стандартов являются типизация и унификация оборудования. Таким образом, типизация, унификация и стандартизация позволяют отобрать наиболее рациональные типы оборудования и на основе широкой взаимозаменяемости деталей и узлов, наладить массовое индустриальное производство оборудования высокого качества, низкой себестоимости с учётом обеспечения удобства для обслуживания покупателей и высокой производительности труда торговых работников.

1.4 Торговое немеханическое оборудование

Для выполнения различных операций, связанных с приемкой, хранением, подготовкой к продаже, выкладкой и продажей товаров, в магазинах применяется немеханическое торгово-технологическое оборудование (мебель для торговых помещений). Одной из главных функций торгового немеханического оборудования является обеспечение технологического процесса на торговом предприятии.

Мебель, являясь основным видом оборудования предприятия, представляет собой горки, вешала, тару-оборудование, прилавки, витрины, стеллажи и другие изделия, необходимые для выполнения основных торговых операций.

Правильно подобранный набор мебели позволяет:

- рационально организовать торгово-технологический процесс;
- механизировать тяжелые и трудоемкие операции;
- расширить ассортимент товаров;
- максимально использовать площадь и объем торговых и складских помещений;
- сократить товарные потери;
- внедрить прогрессивные формы продажи;
- повысить уровень торгового обслуживания, производительность труда работников торговли, эффективность работы торговых предприятий;
- улучшить эстетическое оформление торговых помещений.

Классифицировать мебель можно по следующим признакам:

1) По месту применения:

- для торговых залов (для продажи товаров);
- для подсобных помещений (для приёмки, хранения и подготовки к продаже).

2) По назначению:

- для приемки товаров;
- для подготовки к продаже (столы для фасовки);
- для показа товара (витрины);
- для выкладки и продажи (горки пристенные и островные);
- для транспортировки и продажи (контейнеры);

- для расчетов с покупателями (кассовые кабины, кабины контролёров - кассиров);
- для обслуживания покупателей (столы для упаковки и укладки товаров в сумки, устройства для хранения сумок покупателей).

3) По товарному профилю:

- универсальная (для продажи любых видов товаров);
- специализированная (для продажи конкретного вида товаров: хлеба, овощей, живой рыбы и т. д.).

4) По конструкции:

- неразборная;
- сборно-разборная.

5) По методу продажи:

- для магазинов самообслуживания;
- для магазинов, использующих традиционный метод продаж.

К мебели для предприятий торговли предъявляются эксплуатационные, экономические, эргономические, эстетические, санитарно-гигиенические требования.

Эксплуатационные требования. Мебель должна быть удобной и для покупателей, и для работников магазина. К важнейшим эксплуатационным требованиям относятся:

- удобство для наглядной выкладки, демонстрации и выбора товаров покупателями;
- достаточная емкость;
- возможность оперативного пополнения запасов товаров;
- соответствие конструкции оборудования требованиям оптимального использования площади торгового зала;
- стандартные размеры и сборно-разборная конструкция;
- обеспечение сохранности товаров и возможность применения наиболее рациональных приемов их выкладки и размещения;
- достаточная прочность.

Экономические требования. Конструкция мебели для предприятия торговли должна быть простой, экономичной в производстве и эксплуатации. Экономичность производства определяется трудоемкостью применения прогрессивной технологии производства, а экономичность эксплуатации -- степенью удобства для покупателей и работников магазина, надежностью, функциональной целесообразностью. Мебель не должна занимать много места, но в то же время должна быть достаточно емкой, обеспечивающей выкладку и хранение необходимого количества товаров.

Эргономические требования. Оптимальные размерные соотношения мебели для предприятий торговли (длина, ширина, высота, расстояние между полками и др.) определяются при ее конструировании с учетом антропологических данных -- роста и пропорций фигуры человека. Это обеспечивает свободный доступ к товарам, хорошую обзорность для покупателей и минимальную утомляемость обслуживающего персонала при заполнении мебели товарами.

Эстетические требования. Форма, пропорция и цвет мебели должны соответствовать ее функциональному назначению и архитектурно-художественному оформлению интерьера торгового зала, подчеркивая единство ансамбля интерьера магазина,

устройство торговой мебели не должно играть самостоятельной роли.

Санитарно-гигиенические требования. Конструкция мебели торговых предприятий не должна затруднять уборку помещений и самой мебели. Для отделки мебели должны применяться такие материалы, с которых легко удаляются загрязнения. Поверхность мебели должна быть гладкой, без выступов, острых углов, зазоров и щелей. Для предохранения товаров от пыли и загрязнений должны быть устроены козырьки, навесы, чехлы.

1.5 Весоизмерительное оборудование

Процесс измерения массы товаров, их длины, объема является весьма трудоемким, неоднократно повторяется и вычисляется каждодневно многими миллионами операций. Это особенно характерно для продовольственной торговли, где большинство операций по подготовке товаров к продаже и при продаже подразумевает обязательное взвешивание. Также взвешивают некоторые строительные материалы, хозяйственные товары. В торговле тканями, некоторыми галантерейными, хозяйственными товарами необходимой операцией является отмеривание.

Товар как материальная ценность при движении от производителя до потребителя неоднократно подвергается количественному учету. Осуществляется он путем измерения массы, длины или объема. Правильность и точность количественных измерений обеспечивается измерительным оборудованием.

Назначение весоизмерительного оборудования:

- определение массы товаров;
- проведение правильных расчетов с покупателями и поставщиками.

Наиболее широкое применение из многофункциональных измерительных приборов находят весы. Весы -- это измерительный прибор для определения массы путем сравнения ее с массой, установленной государственной единицы.

Весы классифицируются:

1) По принципу действия

- рычажные;
- электромеханические.

2) По месту и способу установки:

- настольные;
- передвижные;
- стационарные.

3) По виду указательного устройства:

- гирные;
- шкальные;
- шкально-гирные;
- циферблатные;
- цифровые;
- электронные.

К весоизмерительным приборам должны предъявляться следующие требования.

Метрологические: точность взвешивания, чувствительность, постоянство показаний

и устойчивость весов.

Точность взвешивания -- свойство весов измерять массу товаров с отклонением от истинной величины в пределах допускаемой по ГОСТу погрешности. Величина допустимой погрешности зависит от наибольшего предела весов, она указывается в техническом паспорте весов и применяется при проверке весов (не реже одного раза в год, а также после каждого ремонта).

Чувствительность -- свойство весов выходить из состояния равновесия при незначительном изменении массы грузов. Весы считаются чувствительными, если эта разница не превышает массу допустимой погрешности. Так, для гирных и шкальных весов изменение массы взвешиваемого груза на величину допускаемой погрешности должно вызывать отклонение подвижного указателя равновесия не менее чем на 5 мм; для циферблатных весов изменение массы взвешиваемого груза на величину, равную цене деления циферблатного указателя, должно вызывать смещение стрелки весов на одно деление шкалы; для электронных весов чувствительность весов равна их дискретности индикации массы -- 1г.

Постоянство показаний -- свойство весов при многократном взвешивании одного и того же груза независимо от его места на грузоприемном устройстве давать одинаковые показания. Отклонения должны быть в пределах допускаемой погрешности.

Устойчивость весов -- свойство весов при выведении их из состояния равновесия самостоятельно после нескольких колебаний возвращаться в первоначальное положение.

Торгово-эксплуатационные: максимальная скорость взвешивания, наглядность показаний, соответствие весов свойствам взвешиваемых товаров, прочность весов. Максимальная скорость взвешивания -- свойство весов при взвешивании быстро определить массу и стоимость товара и восстановить равновесие после снятия товара.

Наглядность показаний -- хорошая обозримость и читаемость показаний весов по результатам взвешивания. Для лучшей наглядности показаний взвешивания указатели равновесия размещают на самом видном месте, окрашивают его яркими контрастными цветами.

Соответствие весов свойствам взвешиваемых товаров означает, что пределы взвешивания весов должны соответствовать всем возможным величинам отвесов товара.

Прочность -- исправное и безотказное действие весов в течение всего срока эксплуатации при соблюдении правил и условий технического обслуживания.

Согласно требованиям стандарта полный технический ресурс рычажных весов должен составлять не менее 15 лет, оптических -- 10 лет, электронных -- 6 лет.

Санитарно-гигиенические: нейтральность материала, из которого изготовлены весы, по отношению к взвешиваемому товару; удобство ухода за весами.

Нейтральность материала -- покрытие весов не должно вызывать никаких окислительных и других процессов при соприкосновении деталей весов с товарами.

Удобства ухода за весами -- конструкция весов должна позволять их мыть и чистить.

1.6 Контрольно-кассовое оборудование

На предприятиях торговли применяется контрольно-кассовая техника, используемая при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт (далее -- контрольно-кассовая техника), контрольно-кассовые машины, оснащенные фискальной памятью, электронно-вычислительные машины, в том числе персональные, программно-технические комплексы.

Контрольно-кассовая техника, включенная в Государственный реестр, применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт в случаях продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Контрольно-кассовое оборудование можно квалифицировать по следующим признакам:

- 1) по количеству суммирующих счетчиков;
- 2) по количеству рядов для набора, суммы, вводимой в машину;
- 3) по количеству операционных счетчиков;
- 4) по наличию съемных клавиш-ключей.

1.7 Холодильное оборудование

Холодильное оборудование -- это совокупность взаимосвязанных технических средств, холодильных машин, узлов, агрегатов, элементов, трубопроводов, необходимых для создания, распределения и использования холода.

Торговое холодильное оборудование используется для обработки, хранения, демонстрации и продажи скоропортящихся продуктов.

Можно дать следующую квалификацию торгового холодильного оборудования:

- 1) По назначению:
 - для хранения товаров;
 - показа и продажи товаров;
 - демонстрации товара.
- 2) По температурному режиму, поддерживаемому в охлаждаемой емкости:
 - низкотемпературное;
 - обычное.

Существуют следующие виды оборудования:

- а) холодильные камеры -- имеют сборно-разборную конструкцию, предназначены для складских помещений магазина;
- б) холодильные шкафы -- используются на рабочем месте продавца, имеют холодильные агрегаты;
- в) холодильные витрины -- используются для показа и продажи охлажденных и замороженных продуктов;
- г) холодильные прилавки -- используются для хранения, демонстрации и продажи охлажденных гастрономических продуктов в универсамах.

1.8 Торговые автоматы

Торговый автомат -- устройство, осуществляющее мелкорозничную торговлю товарами, оплата и выдача которых осуществляется с помощью технических

приспособлений, не требующих непосредственного участия продавца. В настоящее время можно выделить следующие виды торговых автоматов:

1) автоматы по продаже газированной воды.

Во время существования СССР большой популярностью пользовались автоматы по продаже газированной воды, принимавшие монеты 1 и 3 копейки. Такой автомат готовил газированную воду из очищенной воды, углекислого газа и сиропа. Обычно в таком автомате стоял стеклянный гранёный стакан, и присутствовало устройство для его мойки. Современные автоматы выдают одноразовые пластиковые стаканчики и оснащены купюроприёмником.

2) кофейный автомат -- автомат по продаже кофе и других горячих напитков. Часто устанавливаются в офисных центрах, транспортных узлах, различных учреждениях, магазинах и поликлиниках. Такой автомат обычно может готовить кофе нескольких сортов, чай, какао и бульон из растворимых концентратов. Продукт выдаётся в одноразовые пластиковые или бумажные стаканы.

3) пиццемат -- это автомат по продаже пиццы.

Пицца хранится в охлаждённом виде, при температуре +6 °С, в специальной упаковке. Перед выдачей пицца освобождается от упаковки и выпекается в печи при температуре +300 °С.

4) автоматы по продаже штучных товаров.

Некоторые товары могут продаваться в заводской упаковке с помощью универсальных автоматов: в них имеется большая витрина, товары располагаются рядами в отдельных ячейках, где указана цена. В этом случае один автомат используется для реализации широкого ассортимента товаров, чаще всего еды и напитков. Через витрину покупатель выбирает товар, контролируя его наличие в соответствующей ячейке и с помощью специального механизма (обычно -- несложного конвейера) товар подаётся в отсек выдачи.

Существуют автоматы, предлагающие только один вид товара -- в этом случае стеклянная витрина отсутствует, а автомат должен контролировать наличие товара. Есть более простая разновидность автоматов, которые могут торговать жевательной резинкой, конфетами, бахилами, игрушками и подобным товаром, имеющим небольшие размеры, либо форму, подходящую для соответствующей модели автомата. Такой товар складывается навалом или стопкой в специальную ёмкость, а извлекается по одному с помощью простого механизма.

1.9 Технические средства для обработки коммерческой информации

В технологический процесс информационного обеспечения входят последовательно задействованные стадии с использованием технических средств, установленной классификации:

-- средства сбора информации (регистраторы исходных данных, устройства сбора и преобразования информации в форму, удобную для дистанционной передачи и дальнейшей обработки);

-- средства передачи информации во времени и пространстве (передача осуществляется посредством телефонной, телетайпной и факсимильной связи);

-- средства накопления и обработки информации (микроЭВМ или компьютеры,

выдающие информацию с различной степенью детализации и в нужном виде для анализа и последующей реализации);

-- средства выдачи информации (печатающие устройства, дисплеи, видеотерминалы, предоставляющие выходную результирующую информацию, по которой принимаются соответствующие управленческие решения).

Основными техническими средствами человеко-машинной системы являются компьютеры.

Современные компьютеры обладают многофункциональностью, значительным объемом памяти и быстрым действием при запрограммированной обработке данных. Они становятся неотъемлемым рабочим элементом коммерческих работников.

Программное и микропроцессорное обеспечение компьютера позволяет оперировать и управлять коммерческими процессами на разных уровнях, осуществлять обмен информацией с участниками торгово-хозяйственных связей.

2. Исследование и анализ оснащения торгово-технологическим оборудованием предприятия розничной торговли на примере продуктового магазина ООО «ДИАМОН»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Деятельность магазина ООО «ДИАМОН» (далее -- магазин) связана с реализацией продукции через прилавки.

В соответствии с Уставом основным видом деятельности общества является розничная торговля.

В соответствии с ГОСТ Р 517733-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий» вид данного магазина -- неспециализированный продовольственный магазин, тип -- продукты.

Режим работы магазина с 8 до 23 часов без перерывов на обед и выходных.

Общая площадь магазина 60 , из них 46 -- торговый зал, с установочной площадью, занимаемой торговым оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товара, проведения денежных расчётов с покупателями.

Соотношение численности персонала по категориям функционального разделения труда:

а) управленческий персонал (генеральный директор, бухгалтер, старший продавец) - 3 человека;

б) основной персонал (работники, занятые обслуживанием покупателей в торговом зале -- продавцы-кассиры) -- 4 человека;

в) вспомогательный персонал (уборщица) -- 2 человека.

В обязанности директора входят: разработка стратегии и тактики фирмы, маркетинговые исследования, представительские функции, взаимодействие с партнёрами, получение необходимых лицензий, управленческие функции, формирование имиджа фирмы.

Старший продавец работает непосредственно с коллективом магазина, следит за ассортиментом и качеством продукции, составляет график работы продавцов, выполняет функции завхоза.

Бухгалтер ведёт бухгалтерскую документацию, составляет квартальные и годовые отчёты.

Предприятие оснащено инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта и санитарные требования:

- централизованное снабжение холодной водой;
- централизованная канализация;
- снабжение горячей водой от водонагревателя;
- вентиляция во всех помещениях;
- централизованное электроснабжение;
- освещение: естественное и искусственное, совмещенное.

В исследуемом магазине производится продажа товаров через прилавок, что включает следующие операции:

- встреча покупателя и выявление его намерения;
- предложение и показ товаров;
- помощь в выборе товара и консультация;
- предложение сопутствующих товаров;
- проведение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием;
- расчётные операции;
- упаковка и выдача покупок.

Магазин ООО «ДИАМОН» предлагает своим клиентам полный ассортимент продовольственных товаров: мясные и молочные продукты, рыба и морепродукты, полуфабрикаты, фрукты и овощи, бакалея, спиртные и безалкогольные напитки.

Широта и глубина ассортимента в исследуемом магазине выбирается с учётом предпочтений потребителей.

Таблица 1 -- Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия

Показатели

2012г.

2013г.

% выполнения

+/- отклонение

Товарооборот, тыс. руб.

50 000

53 500

107,00

+3 500

Сумма издержек обращения, тыс. руб.

1 800

1 824

98,68

- 24

Средняя торговая надбавка, %

31

31

100,00

0

Прибыль, тыс. руб.

13 200

14 761

111,83

+1 561

Рентабельность, %

98

100

102,04

+2

В таблице видно, что за 2013 год увеличились все экономические показатели. Несмотря на то, что сумма издержек обращения увеличилась на 24 тыс.руб., чистая прибыль в 2013 году по сравнению с 2012 г. увеличилась на 1 561 тыс. руб.

2.2 Анализ эффективности использования торгового-технологического оборудования

Для размещения товаров в торговом зале магазина используют различные типы торговой мебели, торговое холодильное оборудование. Продавцы понимают важность рационального расположения товаров на торговом оборудовании, то есть эффективного использования площади выкладки и ёмкости торгового оборудования и предоставление покупателям максимум удобств для отборки товаров.

В исследуемом магазине выделяют несколько зон, отличающихся друг от друга ценностью или объёмом товарооборота, приходящегося на 1 торговой площади. В зоне, непосредственно примыкающей к передней стене магазина, реализуется около 35 - 40 процентов всего товарооборота магазина, зона, находящаяся напротив, даёт 25 - 30 процентов товарооборота, остальные стороны дают соответственно 10 и 20 процентов товарооборота.

При размещении отделов принимают во внимание специфические особенности товаров, входящих в ассортимент. Товары импульсивного спроса, полуфабрикаты и другие товары, предоставляющие покупателям дополнительные удобства, располагаются в тех местах, где покупательские потоки наиболее интенсивны, так как покупатели не будут специально искать эти товары.

Для ведения торговли магазин оснащён необходимым торгово-технологическим оборудованием. В зале установлено следующее торгово-технологическое оборудование:

- четыре холодильных шкафа марки СТАНДЕС для хранения алкогольной продукции (преимущественно пива и слабоалкогольной продукции);
- пять морозильных ларей для хранения рыбных, мясных продуктов, мороженого и полуфабрикатов (марки СТАНДЕС);
- две холодильные витрины (представлены марками Премьер Neo 1,0 и Лилия Титаниум ВС5-180) для хранения молочных продуктов и колбасных изделий;
- стеллажи пристенные с полками высотой 2400 мм для хранения бакалейных, кондитерских, хлебобулочных товаров, а так же алкогольных и безалкогольных напитков -- 7 штук; с полками высотой 2000 мм для хранения овощей и фруктов -- 2 штуки;
- прилавок металлический остекленный с двумя стеклянными полками ПР1 (для хранения шоколада, мармелада, жвачки и т.д.) так же на нём располагаются весы;

- торговый прилавок из ДСП на котором располагаются весы;
 - торговая стойка шириной 440 мм для хранения чипсов Lays и Pringles и торговая стойка шириной 625 мм для хранения чипсов менее известной марки, сухариков, орешков и всевозможной продукции «к пиву»;
 - две монетницы прямоугольных пластмассовых;
 - ценникодержатели (примерно 200 штук);
 - два кассовых аппарата АМС 100К (версия 01) с ящиком;
 - защищенная кабина у ККМ с витриной мелкоштучных изделий (2 единицы).
- Таблица 2 -- Стоимостные характеристики используемого торгово-технологического оборудования

Наименование оборудования

Количество оборудования, шт.

Цена всего оборудования, тыс. руб.

Холодильное оборудование

11

1 204,4

Стеллажи

11

702,3

Торговые прилавки

2

79,0

Весоизмерительное оборудование

2

149,3

Контрольно кассовое оборудование

2

189,0

Итого:

28

2 324,0

Зная площадь торгового зала -- 46 кв. м. и зная площадь, занятую торговым оборудованием для выкладки товаров, а также площадь занимаемую оборудованием для проведения денежных расчетов с покупателями, с помощью коэффициента установочной площади определим эффективность использования площади торгового зала:

$$K_y = \frac{S_y}{S_t} \quad (2)$$

где S_y -- сумма площадей всех оснований торгового оборудования (кв.м);

S_t -- площадь торгового зала, (кв.м).

$$K_y = 0,37.$$

Оптимальная величина коэффициента установочной площади зависит от ассортимента реализуемых товаров: для магазинов продовольственных товаров -- 0,30 - 0,32. Полученное значение коэффициента свидетельствует о перенасыщении зала оборудованием, что приводит к неудобствам, как покупателей, так и продавцов. С помощью коэффициента экспозиционной площади можно определить степень использования площади торгового зала под выкладку товаров:

$$K_{\text{эксп}} = \frac{S_{\text{эксп}}}{S_{\text{у}}}$$

где $S_{\text{эксп}}$ -- экспозиционная площадь магазина, т.е. площадь выкладки товаров, слагаемая из площадей всех плоскостей оборудования, используемых для показа товаров (кв.м);

$S_{\text{у}}$ -- установочная площадь магазина, (кв.м).

$$K_{\text{эксп}} = 0,87.$$

Полученный коэффициент достаточно высок, т.к. оптимальным считается соотношение примерно равное 0,7. Данное значение свидетельствует о неудобствах при выкладке товаров, приводит к ухудшению обозрения товаров.

3. Совершенствование эффективного оснащения ООО «ДИАМОН» торгово-технологическим оборудованием

3.1 Модернизация торгово-технологического оборудования
торговый оборудование инвентарь стандартизация

Прогресс не стоит на месте, все находится в постоянном развитии, в том числе, усовершенствуется и модернизируется торгово-технологическое оборудование.

Поэтому предприятия торговли должны следить за меняющимся ассортиментом

торгового оборудования и проводить его модернизацию, чтобы идти в ногу со временем. В условиях увеличения числа торговых предприятий и борьбы за потребителя, торгово-технологическое оборудование является одним из важных факторов конкурентоспособности.

Проведя анализ торгово-технологического оборудования продуктового магазина ООО «Диамон», напрашивается вывод, что оборудование технически исправно, но требует обновления для оптимизации процесса торговли.

В зарубежных странах давно отошли от торговли через прилавок, так как современное торгово-технологическое оборудование позволяет использовать торговые площади любой величины под магазины самообслуживания, что позволяет увеличить товарооборот, пропускную способность и дает возможность покупателям самостоятельно выбрать нужный товар.

Изучив рынок торгово-технологического оборудования, его возможности, я бы рекомендовала преобразовать ООО «ДИАМОН» в магазин самообслуживания. Для этого необходимо модернизировать торгово-технологическое оборудование. Это потребует одномоментных дополнительных затрат, но в скором времени это окупится, благодаря увеличению пропускной способности магазина.

Для реализации моего предложения я предлагаю:

- 1) для молочной и колбасной продукции использовать горки холодильные напольные. Они позволят мерчендайзерам разложить продукцию в соответствии с предпочтениями потребителей. На мой взгляд, наиболее рациональным будет оборудование ВХСд-1,3 Carbona. Для ООО «ДИАМОН» считаю достаточным две единицы;
- 2) для кондитерских и бакалейных изделий использовать стеллаж островной двухсторонний «ШТРИХ-М» (2 единицы);
- 3) для хлебобулочных изделий использовать стеллаж хлебный вариант 2200 от фабрики торгового оборудования СТАНДЕКС;
- 4) для выкладки овощей и фруктов -- стеллаж овощной с зеркалом L=1000 H=2300 от торговой фирмы КЛЁН. Для нашего магазина, на мой взгляд, достаточно будет две единицы;
- 5) для хранения мяса, мясных продуктов и полуфабрикатов предлагаю использовать морозильные бонеты «Купец» -- 4 единицы;
- 6) для расстановки алкогольной и безалкогольной продукции следует использовать шкафы холодильные Капри (для охлаждения напитков) - 3 единицы и стеллажи торговые пристенные с полками -- 3 единицы;
- 7) необходимо поставить два кассовых бокса КБ-1,9 и POS-терминал EasyPOS lite 7' со считывающим устройством (так же две единицы, так как в смену работают два продавца);
- 8) для удобства покупателей требуется закупить покупательские корзины, разграничитель покупок на транспортёре и сопутствующее оборудование (терминал для оплаты мобильной сети и другие);
- 9) как и во всех магазинах самообслуживания рекомендуется перед кассой ставить прикассовые зоны, где разместится жевательная резинка, шоколад и другие мелочи.

Для обеспечения безопасности и предотвращения краж в магазине, я бы порекомендовала установить специальное оборудование, такое как ограничители прохода, камеры видео наблюдения, электромагнитные противокражные системы. Все эти манипуляции с оборудованием позволят покупателям чувствовать себя уютнее, так как они смогут самостоятельно отобрать и рассмотреть товар, а так же привлечь новых покупателей.

3.2 Рациональное размещение оборудования

Эффективное размещение торгового оборудования в магазине определяет прибыльность работы предприятия, его конкурентоспособность и перспективы развития. Ведь покупатель оценивает в первую очередь планировку зала, комфортность передвижения и логичное распределение товара. Если все эргономические и эстетические особенности учтены при проектировании магазина, то клиенты будут сюда возвращаться снова и снова, и, скорее всего, сделают торговому предприятию дополнительную рекламу среди знакомых и друзей. Если сравнивать европейские и американские магазины с российским торговыми предприятиями, можно заметить, что за границей размещением торгового оборудования в зале занимаются специально обученные люди -- мерчандайзеры. Именно они определяют: какой товар и где должен находиться, как оптимально расположить стеллажи и витрины в магазине, и каким образом «убедить» клиентов потратить больше денег, чем те рассчитывали.

В России мерчандайзинг -- новое направление. И хотя почти все руководители магазинов знакомы с этим названием, принципы этой науки мало кто использует в полной мере. Мерчандайзеры у нас отвечают за пополнение товара в магазине и за расположение его на полках.

Вопросами размещения оборудования в магазине обычно занимаются дизайнеры и руководители. Однако чтобы планировка в дальнейшем давала максимальный финансовый результат, необходимо учитывать массу нюансов. Сюда можно отнести такие моменты:

- 1) форма торгового зала;
- 2) схема расстановки оборудования;
- 3) зависимость поведения покупателя от планировки магазина;
- 4) особенности расстановки оборудования в магазинах разного типа;
- 5) общие требования к торговому оборудованию.

При размещении торгового оборудования в магазине стоит учитывать следующие правила:

- а) около 60% площади зала должно быть выделено покупателям, для проходов между стеллажами, для комфортного доступа к прилавкам и холодильному оборудованию, для достаточного обзора витрин;
- б) товар повседневного спроса, распродажный ассортимент или особо привлекательные коллекции необходимо располагать в зонах, удаленных от входа или «мертвых» зонах, с минимальным наплывом посетителей. И в этом нет парадокса, так как всегда есть продукция, ради которой клиент готов пересечь весь магазин. Однако по пути он может заинтересоваться и иным ассортиментом -

провокация импульсного спроса всегда повышает величину среднего чека на торговых предприятиях;

в) в магазине любой конфигурации необходимо создать максимально возможное количество «горячих» зон, где товар представлен наиболее выигрышно и привлекательно для покупателя.

г) большинство покупателей начинают движение по правую руку от входного турникета и движутся по периметру зала.

Обычно план размещения торгового оборудования прорисовывается по типу «решетки». Это значит, стеллажи и прилавки размещаются линейно и разделяются проходами фиксированной ширины. При этом учитываются следующие пропорции:

-- чем выше стеллаж, тем шире проход;

-- при наличии в магазине только покупательских корзин предусмотреть проход шириной около 0,8 метров;

-- при использовании покупателями тележек ширина прохода должна быть от 1,4 до 2 метров;

-- при низком расположении товара доступ к стеллажам должен составлять не менее 1 метра.

Что касается самих стеллажей, то не стоит их делать очень длинными, так как это затрудняет путь покупателя, приводит к усталости и недовольству клиентов.

Специалисты РАО «Консалтинг» предлагают следующие расчёты по количеству стеллажей на единицу торговой площади.

Таблица 3 - Количество торговых стеллажей на единицу торговой площади.

Торговая площадь, кв. м

Количество стеллажей

20 - 49

5

50 - 99

11

100 - 199

16

200 - 399

33

400 - 999

70

Используют следующие основные формы размещения оборудования в торговом зале:

-- линейная планировка позволяет формировать желаемые направления потоков покупателей, проектировать единый узел расчета, создать лучшие условия для выкладки и отбора товара, а также просмотра торгового зала. При ширине торгового зала до 12 м целесообразно применять линейную планировку с продольной

расстановкой оборудования, от 12 до 24 м -- с поперечным размещением;

- боксовая планировка торгового зала используется в том случае, если возникает необходимость выделить секции (отделы) в магазинах с относительно большой торговой площадью. При этом в каждом боксе проектируется самостоятельный узел расчета. Такая планировка менее эффективна по сравнению с линейной;
- выставочная планировка целесообразна в том случае, когда требуется представить покупателю для осмотра и выбора предлагаемые к продаже образцы товаров, как правило, тканей, крупногабаритных и других товаров. Проектирование выставочных помещений имеет свои особенности. Главная задача -- показать товар, обратить внимание на все его преимущества;
- смешанная планировка используется, как правило, в крупных магазинах, с широким торговым залом (более 24 м), торгующих товарами, требующими различных условий продажи. В таком случае возникает необходимость сочетать линейную, боксовую, выставочную части помещения. Иногда возникает необходимость проектировать размещение рабочих мест продавцов в виде отдельных островков. Это позволяет создать необходимые условия торговли для каждой товарной группы с учетом их специфики.

Если в торговом зале есть несущие колонны, их следует «вписывать» в линии оборудования, чтобы они не мешали движению.

Учитывая размер торгового зала, для ООО «ДИАМОН» я предлагаю линейную планировку. По моему мнению, это повысит презентабельность магазина, увеличит конкурентоспособность, привлечёт новых покупателей и в конечном итоге повысит прибыль магазина. Наглядный пример представлен на рисунке 1.

Рисунок 1 -- Примеры линейной планировки торгового зала

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Техническое оборудование определяет эффективность работы современных магазинов. Технологическое и техническое оснащение современных магазинов включает в себя: холодильное, контрольно-кассовое, весоизмерительное, подъемно-транспортное, фасовочное оборудование и торговая мебель, а также средства оргтехники, компьютеры, сканеры, серверы, этикетировочные машины, охранное оборудование и др.

Мебель для торговых предприятий играет важную роль в рациональной организации торгово-технологического процесса в магазине. Она широко применяется при выполнении различных операций, связанных с приемкой, хранением и продажей товаров. Размеры и конструкция торговой мебели должны быть тесно увязаны с параметрами помещений магазинов, чему в значительной степени способствуют ее типизация, унификация и стандартизация. Под типизацией понимают систему мероприятий, направленных на устранение излишнего многообразия и отбор наиболее рациональных типов торговой мебели. Унификация -- приведение к единообразию форм, конструкций и размеров деталей, из которых производится сборка торговой мебели. Стандартизация торговой мебели предусматривает установление нормативных требований к размерам, материалам, качеству изготовления, правилам приемки, маркировки, упаковке, транспортировке

и хранению торговой мебели. К торговой мебели предъявляют: экономические, эргономические, эстетические и санитарно-гигиенические требования. Расчетные операции с покупателями играют важную роль в торгово-технологическом процессе магазина. От правильной их организации зависят затраты покупателями времени на приобретение товаров. Расчеты с покупателями осуществляются путем приема денег непосредственно продавцом, кассиром или контролером-кассиром и одновременного учета поступившей суммы с помощью кассовой машины. Контрольно-кассовые машины обеспечивают наглядность, простоту и правильность расчета, контроль за ведением расчетно-кассовых операций, точность учета денежных поступлений. При этом значительно ускоряется процесс расчетов с покупателями.

При решении вопросов технологического оснащения магазинов особое внимание должно быть уделено выбору типов и моделей торгового оборудования и определению его оптимального набора. Выбор типов оборудования и комплектование его набора должны основываться на следующих основных принципах: соответствие оборудования товарному профилю и размерам торгового зала магазина; оснащение магазинов торговым оборудованием должно осуществляться с учетом используемых методов продажи товаров; оборудование должно обеспечивать эффективное использование торговой площади магазина.

В процессе выполнения курсовой работы был пройден ряд этапов:

1) Было рассмотрено торгово-технологическое оборудование, которое представляет собой различную конструктивную оснастку магазина, а именно: мебель, инвентарь и прочие инструменты, которые необходимы для обеспечения максимально эффективной работы магазина.

2) Было рассмотрено предприятие, и его организационно-экономическая характеристика. Форма -- общество с ограниченной ответственностью. Проведенный анализ выявил следующие моменты: основные показатели, такие как товарооборот, чистая прибыль увеличились, а такие показатели, как издержки производства уменьшились, что свидетельствует об эффективной работе предприятия.

3) Были изучены различные принципы конфигурации торгового зала, что дало полное представление картины эффективной организации и оптимальной конфигурации торгового зала при различных вариантах его исполнения.

Проведенная работа позволяет судить о нерациональности выбранной предприятием стратегии и принципах размещения торгового оборудования.

Полученные знания в дальнейшем помогут повышать эффективность использования торгово-технологического оборудования и планировать его расстановку в торговых залах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Санитарные правила для предприятий продовольственной торговли. Санитарные правила и нормы. СанПиН 2.3.5.021-94 : утв. Постановлением Госкомсанэпиднадзора РФ от 30.12.1994 № 14. М., 1994. 36 с.

2 Торговля. Термины и определения : ГОСТ Р 51303 - 99. М., 1999. 15 с.

3 Услуги торговли. Общие требования : ГОСТ Р 51304-2009. М., 2009. 12 с.

- 4 Горемыкин В.А. Торгово-технологическое оборудование / В.А. Горемыкин . - М. : Инфра-М, 2009. 158 с.
- 5 Дашков Л. П. Организация, технология, проектирование торговых предприятий : учебник / Л. П. Дашков. - М. : Дашков и Ко, 2010. 232 с.
- 6 Драгилев А.И., Хромеенков В.М., Чернов М.Е. Технологическое оборудование: хлебопекарное, макаронное и кондитерское: учебник / Академия, 2009. 432 с.
- 7 Егоров В. Ф. Организация, технология и проектирование предприятий торговли / В. Ф. Егоров. М., 2012. 145с.
- 8 Каплина С. А. Организация и технология розничной торговли : учебник -Ростов - на-Дону; Феникс, 2013. 333 с.
- 9 Коммерция и технология торговли : учебник / Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К., Памбухчиянц О.В. / Дашков и К, 2011. 302 с.
- 10 Костерина Н. В. Оборудование торговых предприятий : учебное пособие / 3-е издание - Академия, 2013. 112 с.
- 11 Лэнли Б. К. Холодильная техника и кондиционирование воздуха : учебник / 2012. 478 с.
- 12 Мазилкина Е. И. Организация работы магазина : учебник - Дашков и К, 2009. 224 с.
- 13 Маркетинг торгового предприятия : учебник / Лукашевич В. В., Парамонова Т. Н., Красюк И. Н. - Дашков и К, 2013. 421 с.
- 14 Оборудование торговых предприятий : учебник / Т. Р. Парфентьева, Н. Б. Миронова, А. А Петухова - Academia, 2008. 208 с.
- 15 Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л.П. Дашков, О. В. Памбухчиянц- М. : Дашков и К, 2012. 688 с.
- 16 Отскочная З.В. Организация и технология торговли / З. В. Отскочная, Ю. А. Напленова, И. И. Чуева, О. И. Дегтярь. М. : Академия, 2012. 178 с.
- 17 Парамонова Т. Н., Красюк И. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учебник / КиноРус, 2012. 120 с.
- 18 Ровинский Л. А. Фасовочное оборудование малых предприятий : учебник / Инфа-Инженерия, 2011. 209 с.
- 19 Розничная торговля : учебник / пер. с англ; Т. Кент, О. Омар. - М. : Юнити-Дана, 2012. 203 с.
- 20 Сысоева С. В. Стандарт работы розничного магазина : учебник / , Кувакина О. - Питер, 2013. 288с.
- 21 Теплова В. И. Коммерческое товароведение : учебник - Дашков и К, 2012. 203с.
- 22 Типовые правила эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением : утв. Минфином РФ 30.08.1993. № 104.

Список литературы

* Фирменный стиль товара // 2dip - студенческий справочник. URL:
https://2dip.su/теория/маркетинг_на_предприятии/бренд_и_торговая_марка/фирменный_стиль_товара/