

Негосударственное частное учреждение
профессиональная образовательная организация
«Сочинский гуманитарно-экономический колледж»

КУРСОВАЯ РАБОТА

По предмету: «Организация коммерческой деятельности»

На тему: «Основные направления развития торговли»

Специальность: 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Форма обучения: очная

Выполнил: студент группы К-19/9

Мирошниченко Алина Александровна

«___» _____ 20__ г.

(подпись)

Руководитель: преподаватель

Мусатова Эмилия Михайловна

«___» _____ 20__ г.

(подпись)

Сочи, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 ТОРГОВЛЯ И КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	..6
1.1 Торговое обслуживание покупателей.....	6
1.2 Технический процесс и его влияние на развитие торговли.....	10
1.3 Характеристика услуг торговли.....	15
1.4 Требования предъявляемые к услугам торговли.....	19
1.5 Способы осуществления расчетно кассовых операций.....	23
2 МЕХАНИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ В СЕТИ МАГАЗИНОВ «ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО».....	28
2.1. Формы продажи и методы обслуживания в сети магазинов «Золотое яблоко».....	28
2.2 Характеристика способов денежных расчетов с покупателями в сети магазинов «Золотое яблоко».	30
2.3 Фактора повышения торгового обслуживания в сети магазинов «Золотое яблоко» г Сочи.....	31
2.4 Техничко экономические показатели торговой сети Золотое яблоко...	32
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	35
<u>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</u>	37

Введение

Исходными сведениями о процессе возникновения и развития торговли на Руси были сведения о немой торговле, встречающейся в качестве наиболее ранней формы торговли у всех народов, населявших Россию. При этом способе торговли процесс заключался в следующем: представители из разных племен прибывали в заранее оговоренное место совершения обмена, где участники немой торговли выкладывали свой товар на определенное место, делали знаки и оставляли его. Через некоторое время возвращались и находили там нужный им для обмена товар, который лежал рядом с их товаром. Данная форма торговли предусматривала то, что ее участники не видели друг друга и не общались между собой. С развитием общества развивались и торговые отношения.

Первые упоминания о внутренней торговле в России относятся к VIII веку. Центром всей экономической жизни становится Киев. Он являлся главным сборным пунктом русской торговли. Торговля на Руси носила ярмарочный характер и главным торговым днем считалась пятница, когда на главной площади города открывался рынок. В IX веке в Киевской Руси развитие торговли ускорилося. В это время каждый город представлял собой отдельное княжество, у каждого были свои рынки, внутренняя и образовавшаяся внешняя торговля. Внутреннюю торговлю вели сами производители, внешнюю – купцы. Следующий этап становления торговли можно отнести к XII веку. После раздробления Руси экономическим центром становится Новгород. Именно в Новгороде обозначилось проявление первой специализации в торговле.

Развитие торговли и улучшение обслуживания населения неразрывно связаны с созданием материально-технической базы, внедрением более совершенных видов торгового оборудования. В конце XX века и начале XXI торговля претерпевает немалые изменения и получает толчок к активному развитию в связи с переходом на рыночные отношения. Появление частного,

развитие малого и среднего бизнеса также благоприятствуют расширению значения сферы торговли и услуг, а также их совершенствованию. Но Финансовый кризис 1997 года способствовал 10 снижению покупательской способности населения. В это время начинают появляться социальные магазины и сети магазинов эконом-класса. С выходом из кризиса создаются новые экономические модели и способы повышения эффективности коммерческой деятельности. К 2005 стали появляться формы торговли по каталогам, интернету. Охват потребителей стал осуществляться с помощью рекламы и различных акций. Уже в 2007 году объем продаж российского рынка розничной торговли оценивался в 240 млрд. долларов и рынок розницы в России по объемам занимал 12 место в мире. Современная торговля имеет принципиально иное значение, поэтому каждому человеку, являющемуся активным и постоянным участником процесса торговли, необходимо знать ее особенности.

Задачами курсовой работы являются:

- изучение составляющих торговли, и качество торгового обслуживания;
- характеристика услуг торговли как факторы повышения культуры обслуживания;
- изучение требований предъявляемых к услугам торговли;
- характеристика технического прогресса, и его влияние на развитие торговли;
- ознакомление с современными способами осуществления расчетного кассовых операций;
- изучение механизации и автоматизации торгово-технологических операций в магазинах, и их влияние на уровень обслуживания;
- изучения применяемых прогрессивных форм продажи и методов обслуживания в сети магазинов «золотом яблоке»;

- дать характеристику способам денежных расчетов с покупателями в сети магазинов «золотом яблоке»;
- изучить планировки видов и размещения торгового оборудования в предприятии как фактора повышения торгового обслуживания.

Объектом курсовой работы является: сеть магазинов «Золотое яблоко».

1. ТОРГОВЛЯ И КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

1.1 Торговое обслуживание покупателей.

В настоящее время в условиях жесткой конкуренции на рынке потребительских товаров большое значение в успешной деятельности любой торговой организации имеет правильная организация торгового обслуживания.

Торговое обслуживание - это, с одной стороны, обслуживание потребителей, предоставление услуг, непосредственно направленных от человека к человеку; а с другой стороны, это - обслуживание материального характера, которое направлено не на человека, а на перемещение предметов (товаров) и косвенно действует на население как на потребителей в целом и конкретно на каждого отдельного человека.

Эти формы торгового обслуживания имеют моральное содержание и моральное влияние, поскольку непосредственно касаются людей.

Торговое обслуживание для покупателей, входящих в торговый зал начинается с улыбки продавца, с чистоты и порядка, с изобилия товаров в магазине. Покупателю приятно, когда для него создан красивый экстерьер и интерьер, организован сервис дополнительных услуг и т.д. Все это возникает не вдруг, а в результате долгого и упорного труда.

Торговое обслуживание - это комплексное понятие, которое включает в себя такие понятия, как качество торгового обслуживания, культура торговли, культура обслуживания, уровень обслуживания, в основе этих понятий лежит забота о покупателе, который должен иметь возможность с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами приобрести в торговле все необходимое.

Главным направлением развития магазина в настоящее время и в перспективе является значительное повышение торгового обслуживания покупателей, что имеет большое социально - экономическое значение.

С социальной стороны, со стороны обслуживания населения деятельность торговых предприятий рассматривается как удовлетворение потребностей населения в определенных предметах потребления в обмен на эквивалентное количество денежных средств и как особая целенаправленная деятельность работников торговли по организации процесса купли - продажи в наиболее удобных для покупателей условиях, содействующая более полному удовлетворению конкретных потребностей покупателя. Для торговли на первом месте стоят проблемы поиска эффективных методов торгового обслуживания, улучшения режима работы торговых предприятий, дальнейшего повышения уровня обслуживания населения, сокращение затрат времени на приобретение товаров и т.д.

Высокий уровень торгового обслуживания может быть достигнут лишь в результате тесного взаимодействия всех звеньев торговли, снижения издержек потребления и предоставления разнообразных услуг населению.

Качество торгового обслуживания находится в полной зависимости от достигнутого уровня производства предметов потребления в стране и имеющихся ресурсов для его удовлетворения и выражается в количестве и качестве товаров, условиях их приобретения, затратах времени покупателей и качества услуг, культуре обслуживания.

В современных условиях качество торгового обслуживания - важнейшая характеристика торговли.

Качество торгового обслуживания - совокупность признаков, характеризующих состояние материально-технической базы розничной торговли, уровень применения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания, рекламы.

Для количественной оценки уровня качества торгового обслуживания на торговом предприятии, организации можно применять систему показателей, объединяющую семь групп:

- показатели, характеризующие качественное состояние розничной торговой сети;

- показатели, характеризующие внедрение прогрессивных методов продажи;
- показатели, характеризующие дополнительное обслуживание покупателей;
- показатели, характеризующие полноту и устойчивость ассортимента;
- показатели, характеризующие развитие товарооборота;
- показатели, характеризующие затраты времени на приобретение покупок;
- показатели, характеризующие завершенность покупки.

В каждой группе показателей имеются еще отдельные элементы, раскрывающие их сущность.

В настоящее время существуют два основных источника информации для характеристики качества торгового обслуживания: статистическая отчетность и материалы социально организованных единовременных наблюдений. качество культура торговая обслуживание

Из статистической отчетности используются следующие отчеты: о наличии и движении торговых предприятий (форма № 3-торг); о товарообороте (форма № 1-торг); о поступлении, продаже и остатках товаров (форма № 3-торг); о наличии холодильного, торгового, механического, подъемно-транспортного и другого оборудования.

По данным текущей отчетности можно оценить качество торгового обслуживания по таким группам показателей, как качественные показатели состояния розничной торговой сети, внедрение прогрессивных методов продажи, дополнительное обслуживание, развитие товарооборота. Их сопоставление с нормативами, средними показателями по отрасли позволяют оценить уровень обслуживания на конкретном торговом предприятии.

На уровне хозяйствующего субъекта целесообразно сохранить определенные качества торгового обслуживания. Под понятием качество торгового обслуживания подразумевается создание на конкретном торговом

предприятию наиболее благоприятных условий для выбора и покупки населением нужных товаров и оказания предусмотренных услуг.

Таким образом, качество торгового обслуживания находится в полной зависимости от достигнутого уровня производства предметов потребления в стране и имеющихся ресурсов для его удовлетворения и выражается в количестве и качестве товаров, условиях их приобретения, затратах времени покупателей и качества услуг, культуре обслуживания.

Торговое обслуживание покупателей является завершающим этапом функционирования торговли и осуществляется через розничную продажу товаров и оказание дополнительных услуг.

Существует несколько понятий культуры торговли. Важнейшими из них являются культура торговли, качество и культура обслуживания покупателей.

Культура торговли - самое широкое понятие, означающее достижения развития отрасли и включающее в себя и качество, и культуру обслуживания покупателей. Основными составляющими, характеризующими культуру торговли, являются:

- наличие в магазине широкого и устойчивого ассортимента качественных товаров, удовлетворяющего спрос обслуживаемых групп населения;
- наличие достаточной розничной торговой сети, использование наиболее эффективных типоразмеров магазинов, их удобное размещение в регионе, техническая оснащенность торговых объектов;
- применение в магазинах наиболее эффективных современных методов продажи, обеспечивающих быстрое и удобное обслуживание покупателей;
- оказание покупателям дополнительных услуг, связанных со специфическими особенностями товаров, способствующих увеличению числа покупателей;

Организация внутримagaзинной и внемагазинной рекламы и информации, способствующей лучшей информированности покупателей, формированию покупательского спроса и экономии времени покупателей;

культура труда работников магазина, означающая должную профессиональную квалификацию торгового персонала, высокий этический и эстетический уровень обслуживания.

1.2 Технический процесс и его влияние на развитие торговли

Одним из важных факторов развития экономики является научно-технический прогресс, представляющий собой процесс непрерывного совершенствования орудий и средств труда, создания новой, более совершенной, техники и замены ею устаревшей. Он включает также развитие научных знаний во всех областях человеческой деятельности, в том числе и в области организации и технологии как производственной, так и непроизводственной сфер. Его следует рассматривать как единое, взаимообусловленное, поступательное развитие науки и техники.

Без внедрения достижений науки и техники невозможно обеспечить техническое перевооружение и реконструкцию производства, интенсивное использование имеющегося производственного потенциала, повысить эффективность общественного воспроизводства.

Переход экономики к рыночным отношениям требует ускорения научно-технического прогресса. Необходимо внедрение принципиально новых технологий, техники новых поколений. Это способствовало бы многократному повышению производительности труда, эффективности производства, выпуску конкурентоспособной продукции.

Достижения науки и техники все более широко применяются и в сфере обращения, что стимулирует увеличение товарооборота, способствует повышению культуры торговли, создает условия для совершенствования

технологии, механизации и автоматизации торговых процессов, более эффективного использования торговых и складских площадей, транспортных средств.

Социальное значение научно-технического прогресса находит выражение в улучшении условий труда работников торговли, облегчении тяжелых и трудоемких работ, сокращении производственного травматизма, повышении привлекательности торговой профессии и ее перспективности.

Широкое использование в торговле достижений научно-технического прогресса способствует значительному изменению характера и содержания труда торговых работников, их профессионального состава. Возрастают требования к подготовке специалистов, способных работать в условиях применения современных прогрессивных технологий, совершенных систем переработки и передачи коммерческой, распорядительной и исполнительной информации.

К важнейшим направлениям научно-технического прогресса в торговле могут быть отнесены:

- совершенствование действующей торговой сети и строительство современных предприятий торговли;
- индустриализация строительства предприятий торговли
- механизация и автоматизация трудоемких работ
- широкое применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков;
- электронизация торговых операций
- внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания
- автоматизация контрольно-кассовых операций и внедрение магазинных пластиковых карт при расчетных операциях
- автоматизация процессов продажи товаров
- автоматизация процессов холодильной обработки продуктов.

С развитием рыночных отношений произошли существенные изменения в составе сети предприятий оптовой и розничной торговли.

Децентрализация оптового рынка привела к росту числа торговых агентов, являющихся связующим звеном между предприятиями-изготовителями и потребителями. Резко увеличилось количество оптовых предприятий, существенно изменилась их структура. Абсолютное большинство оптовых предприятий относятся к негосударственной форме собственности и являются в основном мелкими как по числу работающих, так и по размеру складской площади. Естественно, что большинство этих предприятий не приспособлены для применения прогрессивной технологии складской переработки грузов и не могут обеспечить высокую эффективность товароснабжения розничной торговой сети.

Поэтому одним из важных направлений развития материально-технической базы оптовой торговли является создание сети современных оптовых предприятий, обеспечивающих применение эффективных технологий.

Существенные изменения произошли в составе розничной торговой сети. За годы становления рыночной экономики общая численность и соотношение различных видов розничных торговых предприятий значительно изменились. Большинство из них относятся к негосударственной форме собственности и являются преимущественно мелкими предприятиями.

Наметился резкий спад обновления розничной торговой сети за счет нового строительства. Совершенствование розничной торговой сети должно происходить как за счет реконструкции действующих, так и за счет строительства новых современных предприятий (супермаркетов, гипермаркетов и т. д.).

Индустриализация строительства предприятий торговли предполагает применение при строительстве сборных конструкций, деталей, стандартных и унифицированных элементов полной заводской готовности, что способствует сокращению сроков возведения объектов и удешевляет строительство.

Торговля — одна из самых отсталых отраслей по уровню механизации труда. Особенно больших затрат труда требуют погрузочно-разгрузочные и складские работы, которые связаны с привлечением большого числа рабочих и вызывают простои транспорта. Многие операции (фасовка, внутримагазинное перемещение товаров и т. д.) выполняются вручную и на розничных торговых предприятиях. Здесь даже в большей степени, чем на оптовых предприятиях, преобладает малопроизводительный ручной труд.

В связи с этим одной из первоочередных задач использования достижений научно-технического прогресса в торговле является оснащение оптовых баз, складов, магазинов современными средствами для транспортировки, складирования, погрузочно-разгрузочных и других технологических операций с грузами. Магазины должны оснащаться также высокопроизводительным фасовочным и весоизмерительным оборудованием, современными машинами и линиями для нарезки и вакуумной упаковки гастрономических товаров и т. п. Более широко должны внедряться системы машин, включающие подъемно-транспортные механизмы для разгрузки транспортных средств на складах и в магазинах, средства для внутрискладского и внутримагазинного перемещения грузов, а также машины — отборщики грузов с мест хранения и т. д.

Огромное применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков позволяет индустриализировать транспортирование товаров и создать более эффективную систему товароснабжения розничной торговой сети. При этом сокращаются затраты ручного труда на погрузочно-разгрузочных операциях, отпадает необходимость в повторных операциях по подготовке товаров к отпуску покупателям, повышается эффективность использования транспортных средств, торговых и складских площадей, сокращаются товарные потери и расходы на упаковку товаров.

Огромное значение имеет внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, которые должны быть основаны на широком

применении современных, удобных для покупателей методов продажи товаров. Это в первую очередь относится к продаже товаров методом самообслуживания, по образцам, каталогам, по заказам и на дому у покупателей, автомагазинной продаже и т. д. Применение прогрессивных технологий торгового обслуживания населения имеет большое социально-экономическое значение.

Одним из главных факторов существенного ускорения процесса реализации товаров и обслуживания покупателей является автоматизация контрольно-кассовых операций на основе современных высокопроизводительных электронных кассовых аппаратов. Для оснащения магазинов должны использоваться кассовые аппараты, позволяющие не только вести расчеты с покупателями, изучать покупательский спрос, учитывать число покупателей, но и обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, а также собственные предоплатно-дисконтные карты магазина. Этим требованиям в наибольшей степени отвечает компьютерная касса, представляющая собой специально оборудованный компьютер. С ее помощью можно внедрить магазинные пластиковые карты, которые не только упрощают расчетные операции, но и позволяют систематически проводить работу по совершенствованию маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Использование магазинных карт способствует росту товарооборота магазина и обеспечивает получение дополнительных заемных средств. Внедрение магазином автоматизированной системы работы с пластиковыми картами позволяет вести постоянную базу клиентов и отслеживать динамику их покупок.

Крупный современный магазин, торгующий скоропортящимися продовольственными товарами, должен быть оснащен высокоэффективным холодильным оборудованием с централизованным хладоснабжением. Централизованное хладоснабжение экономично. Включенное в его систему оборудование (холодильные прилавки, прилавки-витрины и т. д.) требует для

хладоснабжения меньших затрат электроэнергии, проще в обслуживании, не создает шума в торговом зале, не выделяет при эксплуатации тепла.

Одним из направлений научно-технического прогресса в розничной торговле является автоматизация процесса продажи товаров на основе торговых автоматов, а также создание автоматизированных магазинов.

1.3 Характеристика услуг торговли.

Торговая услуга – это различные виды полезных действий дополнительно оказываемых торговыми предприятиями покупателям в процессе покупки или потребления товаров.

Виды торговых услуг:

- услуги связанные с продажей товаров;
- услуги оказываемые покупателям после приобретения товаров;
- услуги связанные с созданием комфортных условий покупателю.

Услуги могут быть бесплатными и платными. К бесплатным относят услуги которые связаны непосредственно с продажей (реклама, консультация продавца). К платным услугам относят услуги связанные с дополнительными затратами (доставка, установка, послегарантийное обслуживание). Наиболее благоприятные условия для дополнительных услуг имеются в крупных специализированных магазинах.

Торговое обслуживание покупателей является завершающим этапом функционирования торговли и осуществляется через розничную продажу товаров и оказание дополнительных услуг. Все другие процессы (коммерческие, технологические) носят подчиненный характер и направлены на обеспечение высокой культуры торговли.

Розничная торговля в настоящее время представляет собой крупную отрасль народного хозяйства (второе место по уровню занятости), посредством которой товары не только доводятся до конечных

потребителей, но оказывается активное влияние на объем и структуру производства товаров, улучшение ассортимента и повышение их качества, что способствует наиболее полному удовлетворению спроса населения.

Торговля призвана постоянно улучшать культуру обслуживания населения, лучше и полнее удовлетворять его потребности и права.

Существует несколько понятий культуры торговли. Важнейшими из них являются культура торговли, качество и культура обслуживания покупателей.

Торговое обслуживание — это, с одной стороны, обслуживание потребителей, предоставление услуг, непосредственно направленных от человека к человеку, а с другой — это обслуживание материального характера, которое направлено не на человека, а на перемещение предметов (товаров) и косвенно воздействует на население, как на потребителей в целом, так и конкретно на каждого человека.

Торговое обслуживание включает в себя такие понятия, как «качество торгового обслуживания», «культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания». Большинство ученых, оценивая качество торгового обслуживания, рассматривают его, исходя из затрат времени на приобретение товаров и условий, в которых покупатель совершает покупку. Качество торгового обслуживания, по их мнению, определяется или как «минимальное время, затраченное на приобретение товаров, и комфорт обслуживания», или как «целый комплекс торгового обслуживания от формирования потребностей на изделие до окончательной подготовки его потребителю», или как «оптимизация затрат для покупателей и для сферы обслуживания».

Культура торговли отражает достижения развития отрасли и включающее в себя и качество, и культуру обслуживания покупателей.

Основными составляющими, характеризующими культуру торговли, являются:

- наличие в магазине широкого и устойчивого ассортимента качественных товаров, удовлетворяющего спрос обслуживаемых групп населения;
- наличие достаточной розничной торговой сети, использование наиболее эффективных типоразмеров магазинов, их удобное размещение в регионе, техническая оснащенность торговых объектов;
- применение в магазинах наиболее эффективных современных методов продажи, обеспечивающих быстрое и удобное обслуживание покупателей;
- оказание покупателям дополнительных услуг, связанных со специфическими особенностями товаров, способствующих увеличению числа покупателей;
- организация внутри и внемагазинной рекламы и информации, способствующей лучшей информированности покупателей, формированию покупательского спроса и экономии времени покупателей;
- культура труда работников магазина, означающая должную профессиональную квалификацию торгового персонала, высокий этический и эстетический уровень обслуживания;
- строгое соблюдение установленных правил торговли и правил продажи отдельных товаров.

Как видно, культура торговли — понятие многогранное, включающее в себя множество аспектов: технологический, организационный, психологический, эстетический.

Качество торгового обслуживания — основной показатель конкурентоспособности торгового предприятия.

Под качеством торгового обслуживания также подразумевается создание на конкретном торговом предприятии наиболее благоприятных

условий для выбора и приобретения товаров населением и оказание предусмотренных услуг. Качество торгового обслуживания зависит от уровня культуры торгового персонала, от степени его профессионализма, знания персоналом магазинов психологии покупателей.

Качество торгового обслуживания характеризуется следующими группами показателей: показатели материально-технической базы, использование прогрессивных методов продажи, объем и эффективность дополнительных услуг, ассортимент товаров, показатели товарооборота.

Качество торгового обслуживания как характеристика деятельности отдельного предприятия оценивается следующей системой показателей:

- устойчивость и широта ассортимента товаров;
- соблюдение технологии обслуживания покупателей
- издержки потребления отражают затраты времени покупателя на приобретение товара;
- активность продажи товаров, профессиональное мастерство работников;
- организация торговой рекламы и информации;
- предоставление покупателям дополнительных услуг
- завершенность покупки;
- мнение покупателей об уровне торгового обслуживания.

Определение этих показателей основано на использовании данных статистической отчетности, а также специально организованных хронометражных и других наблюдений, анкетирования покупателей и работников и т.д.

Культура обслуживания также включает целый ряд элементов, характеризующих уровень обслуживания покупателей и состояние торгового зала магазина. К ним относятся показатели устойчивости ассортимента, применения прогрессивных методов продажи и дополнительных услуг, затраты времени на ожидание обслуживания,

оценка культуры обслуживания, по мнению покупателей, санитарное состояние и внешний вид работников и торгового зала, соблюдение установленных правил торговли и продажи отдельных товаров, культура речи, профессиональное мастерство работников и т.д.

Культура обслуживания определяется единичным показателем «Мастерство обслуживающего персонала». Этот критерий включает следующие единичные показатели: вежливость, опрятность, внимательность и компетентность.

Условия обслуживания определяются следующими единичными показателями: материально – техническая база предприятия, тип предприятия, удобство для потребителя (места отдыха в помещении магазина, прием и хранение вещей покупателей и др.), дегустация и другие инструменты продвижения, консультация специалистов и др.

Доступность услуги включает такие показатели, как затраты денежных средств, затраты времени на покупку товаров, на проезд к магазину, на ожидание обслуживания, на доставку товаров, а также затраты времени на консультацию специалиста.

1.4 Требования предъявляемые к услугам торговли.

Перечень услуг, оказываемых предприятием торговли, формируют в соответствии с ассортиментом товаров, специализацией магазина, его местонахождением, спецификой обслуживаемого контингента покупателей и совместимостью оказываемых услуг.

Услуги торговли должны отвечать функциональной пригодности, эргономики, эстетики, технологичности, безопасности, охраны окружающей среды и другим условиям.

Требования функциональной пригодности услуги торговли:

- точность и своевременность оказания услуги, характеризующиеся соблюдением установленного режима работы предприятия торговли, точностью срока выполнения услуги, выписки счета и оформления кассового чека и др;
- наличие товаров надлежащего качества;
- наличие товаров установленного для данного типа предприятия ассортимента;
- обеспечение условий для компетентного выбора потребителем товаров и услуг.
- наличие необходимой достоверной информации об услугах и товарах, номенклатуре услуг и ассортименте товаров, исполнителе услуги, о правилах и условиях оказания услуг, в том числе о правилах продажи товаров и правах покупателей
- соответствие обслуживающего персонала своему профессиональному назначению, в том числе компетентность и умение общаться с покупателями.

Исполнитель обязан оказывать услуги, отвечающие требованиям функциональной пригодности в соответствии с правилами продажи.

Эргономика услуги торговли предусматривает:

- комфортность и удобство покупателей при оказании услуги, включая удобное размещение товара в торговом зале входов, выходов, секций, оборудования, мебели и др;
- соответствие гигиеническим требованиям к уровням освещенности, вентилируемости, запыленности, шума, температуры в торговом зале, к персоналу, содержанию помещений, рабочих мест, оборудованию и т. п.; доступность информации возможностям восприятия потребителем;

- требования эстетики услуги торговли предусматривают;
- гармоничность, стилевое единство, целостность композиции
- рациональное движение покупательских и товарных потоков, эффективное размещение, максимальную видимость выложенных товаров;
- наличие технических средств для обработки информации, в том числе по товародвижению;
- наличие документов и средств, позволяющих потребителю контролировать процесс обслуживания;
- оптимальный уровень затрат труда, времени и других ресурсов на проведение отдельных операций торгово-технологического процесса создание условий для механизации трудоемких процессов обслуживания покупателей.

Требования безопасности услуг розничной торговли: предприятий торговли (зданий, помещений, оборудования, инвентаря), безопасность услуги торговли должна обеспечиваться безопасностью условий обслуживания покупателей, реализуемых товаров и соблюдением персоналом санитарных и других установленных требований.

Торговое оборудование предприятий продовольственной торговли должно быть сертифицировано в соответствии с Номенклатурой продукции и услуг (работ), подлежащих обязательной сертификации.

Предприятие торговли должно быть укомплектовано персоналом, соответствующим своему профессиональному назначению, прошедшему подготовку по соблюдению правил по охране труда и требований безопасности.

Обслуживающий персонал предприятий торговли, реализующих продовольственные товары и продукцию общественного питания, должен пройти медицинский осмотр, гигиеническую подготовку и соблюдать правила

личной гигиены в соответствии с требованиями, утвержденными Министерством здравоохранения.

Безопасность реализуемых товаров, в том числе продукции общественного питания, должна обеспечиваться при приемке товаров, хранении, подготовке к продаже и отпуске покупателю.

При исполнении услуги гарантированного хранения купленных товаров предприятие торговли по договору хранения обязано хранить вещь, переданную ему другой стороной и вернуть эту вещь в сохранности.

Оказание услуги торговли не должно вызывать ухудшения характеристик окружающей природной среды (засоренность территорий, запыленность и загазованность воздуха и т. п.).

Предприятие торговли должно исключить возможность попадания опасных и вредных веществ в воздух, почву, водоемы, водопровод и канализацию в соответствии с установленными требованиями.

Система санитарной очистки и уборки территории должна соответствовать установленным требованиям. Уровень шума транспортных средств, используемых предприятием торговли, не должен превышать установленных норм.

Для контроля качества и безопасности услуг торговли используют следующие методы:

1. Экспертный, в том числе органолептический и аналитический (проверка наличия и сроков действия обязательных документов, выдаваемых надзорными органами, анализ технологической документации - актов бракеража, санитарных книжек персонала и пр.; проверка на упаковке товара маркировки на наличие сроков годности, осмотр предприятия торговли, прилегающей территории, инженерных коммуникаций, применяемого оборудования, инвентаря, складских помещений, условий хранения товаров и др.

2. Измерительный (проверка технического состояния и режимов работы оборудования и т. д., определение показателей микроклимата, уровня шума);

3.Социологический (проведение опроса потребителей и обслуживающего персонала, оценка результатов опроса и др.).

1.5 Способы осуществления расчетно- кассовых операций.

Под расчетно-кассовым обслуживанием подразумевается комплексная услуга банковских учреждений, направленная на обеспечение расчетов юридических и физических лиц. Операции расчетно-кассового обслуживания регулируются законодательством РФ. В частности, за регулирование РКО отвечает Гражданский кодекс РФ и закон «О банковской деятельности». Официальным документом, регулирующим отношения между банком и клиентом в отношении РКО является подписанный договор.

Банки, предоставляющую услугу РКО, предлагают своим клиентам возможность осуществления следующих операций:

- безналичные расчеты;
- кассовое обслуживание с наличными денежными средствами;
- выдача выписки о совершенных операциях.

В современных российских банках расчетно-кассовое обслуживание предусматривает возможность выполнения операций как на рублевом, так и на валютном счете. Совершение операций происходит в соответствии с унифицированными формами. Основными формами для совершения РКО являются платежные поручения и кассовые чеки. Банковские учреждения также предоставляют дополнительные услуги к РКО. Примером такой услуги является инкассация и совершение банковских операций посредством интернет-банкинга.

1.Открытие счета по договору банковского счета.

Для совершения любых расчетно-кассовых операций клиент банка должен в обязательном порядке открыть собственный счет. Для юридического оформления открытия счета подписывается соответствующий договор.

Для открытия счета по договору банковского счета должна быть проведена обязательная идентификация клиента или его представителя.

Клиент имеет возможность открыть несколько банковских счетов на основании только лишь одного договора. Также стоит добавить, что банки не вправе отказывать в открытии счета для совершения РКО за исключением тех случаев, когда обслуживание не допускается действующим законодательством или другими правовыми актами.

Открытие счета для совершения РКО осуществляется после передачи в банк ряда необходимых документов. Клиент, прежде всего, должен подать соответствующее заявление. Открытие счета также осуществляется только после предъявления паспорта или другого документа, удостоверяющего личность клиента банка. Для организаций также важна подача учредительных документов (устав или учредительный договор) и решения о создании юридического лица. Помимо этого, юридические лица должны подать свидетельство о государственной регистрации.

2. Обслуживание счетов клиентов.

Обслуживание счетов предусматривает предоставление ряда услуг. В первую очередь, банк должен обеспечить бесперебойное и оперативное движение денежных потоков своих клиентов. РКО также предполагает проведение валютных операций. Таким образом, клиент банка имеет возможность осуществлять свою хозяйственную деятельность как в рублях, так и в иностранной валюте. Причем, согласно действующему законодательству, клиент может открыть три варианта валютного счета: текущий, транзитный и для учета иностранной валюты, которая была приобретена на внутреннем рынке. Услуги по РКО валютных счетов предусматривают покупку или реализацию валюты по поручению клиента, конверсионные операции, а также получение или перечисление денежных средств в иностранной валюте по совершенным импортным и экспортным сделкам.

Обслуживание банковских клиентов также предполагает совершение безналичных операций. В частности, благодаря РКО клиент может рассчитывать на систематическое информирование о выбытии или поступлении финансовых средств, а также на обеспечение оперативного выполнения его поручений. РКО также предусматривает подготовку и выдачу выписок по совершенным финансовым операциям.

3. Переводы по поручениям клиента.

Одной из наиболее популярных операций по РКО являются денежные переводы по поручениям клиента. Для совершения данной операции требуется открытие банковского счета для физических или юридических лиц.

Это необходимо для проведения идентификации банковского клиента.

Переводы по поручению клиента осуществляются с учетом ряда ограничений. Они могут касаться цели, а также валюты и суммы перевода.

Все перечисленные ограничения должны быть обязательно прописаны в договоре, заключенном между клиентом и банком.

Стороны, заключающие такой договор, также берут на себя определенные обязательства. Например, банк обязан доводить до своего клиента порядок осуществления денежного перевода, а также размер комиссии, если такая имеется. Банки также должны принимать меры, которые будут исключать несанкционированный ввод информации о переводах от имени банковского клиента. В обязанности банков также входит хранение документов по переводам, совершенным клиентом.

Среднестатистический срок хранения данных составляет 5 лет. При этом банк должен предоставлять выписки по совершенным операциям сразу же после получения соответствующего запроса от своего клиента.

4. Обслуживание онлайн-системы банка.

Развитие современных технологий позволяет российским банкам предоставлять такую услугу, как интернет-банкинг. Теперь онлайн-система банка позволяет осуществлять дистанционное обслуживание клиентов.

Подобный вариант банковского обслуживания имеет целый ряд преимуществ. Прежде всего, онлайн-система позволяет клиенту контролировать свой счет и все совершенные операции посредством интернета. Онлайн-банкинг также расширяет функциональные возможности клиентов. Они могут формировать расписку, вести справочники контрагентов и т.д.

Дистанционное обслуживание также обеспечивает возможность экономии средств и времени клиента. Теперь ему не нужно тратить время на походы в отделения банка. Все операции могут быть осуществлены, не выходя из собственного дома или офиса. За счет этого клиент имеет доступ к своему счету на протяжении 24 часов в сутки и 7 дней в неделю.

Немаловажным преимуществом является и возможность контролирования финансовых потоков. Эту возможность должны особенно оценить юридические лица, имеющие множество филиалов или дочерних компаний. При этом все операции по дистанционному обслуживанию отличаются абсолютной безопасностью.

5. Выдача наличных денежных средств.

Как говорилось выше, одной из основных операций по РКО является выдача наличных денежных средств. Данная операция имеет свой порядок и особенности. Выдача наличных осуществляется в соответствии с расходными ведомостями, кассовыми ордерами или расчетными документами. Вне зависимости от типа документа, он должен быть обязательно подписан руководителем предприятия или главным бухгалтером. Подпись также могут оставить специально уполномоченные лица.

Выдача наличных по РКО требует от получателя предъявления документа, который удостоверит его личность. Кассир банка должен записать номер и наименование документа, который использовался для получения денежных средств. Получатель также должен расписаться в получении денежных средств.

Выдача наличных денежных средств может быть осуществлена для удовлетворения различных целей. Чаще всего данная банковская операция совершается для выдачи заработной платы, стипендии и прочих выплат.

Сумма денежных средств, предназначенная для выдачи зарплаты или стипендии, устанавливается в соответствии с платежной ведомостью предприятия. Срок выдачи наличных также должен быть обязательно указан в этом документе.

6. Прием и пересчет наличных денежных средств.

РКО также предусматривает прием и пересчет наличных денежных средств, поступающих от клиентов банка. Такая услуга имеет множество плюсов. В первую очередь, за счет предоставления этой услуги осуществляется быстрая проверка подлинности поступающих наличных денег. Для этого используется современная банковская техника.

Стоит заметить, что прием и пересчет налички выполняется только лишь в предназначенное для этого время. Как правило, таким временем являются рабочие часы в будние дни. Кассир, осуществивший прием денежных средств, обязан выдать чек, свидетельствующий о зачислении полученных денег на расчетный счет клиента.

К приему наличных денежных средств допускаются исключительно платежеспособные банкноты, сохранившие как минимум 55% от своей первоначальной площади. Таким образом, банки должны осуществлять прием изношенных, загрязненных или надорванных банкнот. К приему не допускаются банкноты, которые изменили свою окраску и свечение в ультрафиолетовых лучах. Помимо этого, запрещен прием банкнот, которые имеют брак изготовителей или на них отчетливо просматриваются следы от красящих средств, предназначенных для предотвращения хищения банкнот в процессе хранения или транспортировки.

2. МЕХАНИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ В СЕТИ МАГАЗИНОВ «ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО»

2.1 Формы продажи и методы обслуживания в сети магазинов «Золотое яблоко».

Торговая сеть «Золотое Яблоко» - это сеть современных магазинов открытого доступа, предлагающая широкий выбор декоративной косметики, парфюмерии, товаров для детей и мужчин, средств по уходу за лицом, телом и хозяйственные товары. В магазине представлены более 10 тысяч наименований продукции ведущих мировых торговых марок, позволяющие удовлетворить любые вкусы и возможности покупателей. Внимательный и доброжелательный персонал поможет посетителям сориентироваться в изобилии товаров. Стильный и оригинальный дизайн в оформлении торговых залов и входных групп един для всех магазинов сети и позволяет сформировать свое неповторимое лицо, полюбившееся многим покупателям парфюмерно-косметического магазина «Золотое Яблоко».

Торговая сеть была автоматизирована компанией "Оргтехцентр" в 2004 году на базе программного комплекса GESTORI Pro, которое позволяет связать все магазины в единую сеть с общим центром управления. Тогда у "Золотого яблока" было всего два объекта (кроме супермаркета, еще магазин формата "дрогери" "Калинка-Малинка"), но планы по развитию ставились большие, и информационная система выбиралась "на вырост". Такое решение оказалось верным - программа используется до сих пор, благодаря чему новые супермаркеты быстро и без проблем интегрируются в единую систему управления товародвижением.

Первый супермаркет парфюмерии "Золотое яблоко" открылся в Екатеринбурге в начале октября 2004 года, став на тот момент самым современным парфюмерным магазином в городе - первым в городе магазином

парфюмерии, косметики и бытовой химии, работающим в формате самообслуживания. Через год в Екатеринбурге появился второй супермаркет "Золотое яблоко" – он разместился на первом этаже фешенебельного торгового центра "Гермес-Плаза", и по торговой площади был тогда крупнейшим в России. В конце 2007 года открылся третий супермаркет "Золотое яблоко" - в Челябинске, в 2008 году - в Самаре (торговая площадь 2 500 кв. м), а в 2014 - в Казани, заняв весь первый этаж (1 500 кв. м) в торговом центре, весной 2015 года - в Новосибирске (торговая площадь 1 000 кв. м), в январе 2016 - в Екатеринбурге, в новом торговом центре "Пассаж".

Торговая сеть "Золотое яблоко" работает на базе программного комплекса GESTORI Pro, что позволяет связать все магазины в единую сеть с общим центром управления, который находится в Екатеринбурге.

В супермаркетах "Золотое яблоко" оригинально организована кассовая линейка: вместо привычных для магазина самообслуживания кассовых боксов для размещения POS-терминалов используется единая стойка. Это позволяет обеспечить фронтальную посадку кассиров, которая давно уже признана наиболее удобной и эргономичной, поскольку значительно облегчает и ускоряет их работу. Кассовые места в екатеринбургских магазинах сети оборудованы POS-терминалами OMRON-7000. На начало 2000-х годов это было лучшее кассовое оборудование для сетевой розницы. Терминалы настолько удобны и надежны, что супермаркеты работают на них до сих пор. В новых магазинах установлены кассовые терминалы NCR RealPOS.

Сотрудничество компании "Оргтехцентр" с торговой сетью "Золотое яблоко" продолжается по настоящее время. Специалисты сервисного центра обеспечивают поддержку программного обеспечения: удаленное администрирование программного обеспечения в режиме on-line, "горячую линию" для консультаций по всем вопросам, связанным с функционированием оборудования и ПО. Производится

сервисное обслуживание кассовой техники. Постоянно осуществляются поставки оборудования.

Формы продажи товаров и методы обслуживания которые используются в сети магазинов Золотое яблоко:

- самообслуживание(покупатели самостоятельно отбирают косметические товары и идут к кассовому узлу);
- продажа товаров по предварительным заказам (покупатели заранее заказывают необходимые товары и получают их в обусловленное время в магазине);
- индивидуальное обслуживание (продавец обслуживает каждого конкретного покупателя и помогает ему в выборе товара консультирует и упаковывает товар);
- продажа по дисконтным и подарочным картам.

2.2 Характеристика способов денежных расчетов с покупателями в сети магазинов «Золотое яблоко».

- наличными;
- безналичная оплата;
- дисконтная карта;
- банковские переводы;

2.3 Фактора повышения торгового обслуживания в сети магазинов «Золотое яблоко» г Сочи.

Для начала я бы хотела рассказать о плюсах торговой сети «Золотое яблоко», и то что мне очень понравилось, а потом о минусах и то, что бы я исправила и может внедрила, что то новое для повышения торгового обслуживания.

В «Золотом яблоке» г.Сочи достаточно устойчивый и широкий ассортимент, есть косметика, парфюмерии, средств по уходу, бытовой химия, и есть разные бренды различной ценовой категории. Кассовых узлов в магазине достаточно для того что бы обслужить большой поток покупателей, и они очень удобно расположены. Работники хорошо знают свой товар, и с удовольствием проконсультирует по выбранному товару, и большой плюс в этом магазине, что много консультантов, если человеку понадобится помощь он не будет долго ждать пока проконсультируют другого человека.

В «Золотом яблоке» работает доставка на дом, а это сейчас очень необходимо во время пандемии.

И теперь я хочу рассказать о недостатках торговой сети, но первое о чем я хочу сказать это конечно бумажные ценники на их замену давно пришли электронные и это гораздо удобнее, так как цены на определенные товары могут часто меняться, и продавцы могут просто где то забыть поменять ценник в течении рабочего времени, а покупатель в надежде купить товар по определенному ценнику вдруг узнает другую цену на которую не рассчитывал, и в итоге покупатель остается не удовлетворенным покупкой так, что электронные ценники намного лучше как для продавцов так, и для покупателей. Касс в магазине достаточно чтобы обслужить большой поток покупателей, но все равно я бы посчитала нужным поставить кассы самообслуживания объясню почему я пришла к такому выводу, что не смотря на то, что в магазине много касс но все равно образуются большие очереди так как в г Сочи магазин находится только в море моле, и туда съезжаются с других районов города, и туда не плохо бы было поставить кассы самообслуживания.

Ранее я говорила о значительных минусах магазина а сейчас хочу сказать о небольших недостатках, и первое с чего я хочу начать это освещение магазина оно очень тусклое его стоило бы заменить на более яркие лампы Косметических зеркал мало, что бы протестировать косметику нужно уходить

далеко от нужного стенда я думаю правильное будет расположить возле каждого стенда зеркала так будет удобнее покупателем.

Из вышеперечисленного я могу сделать вывод, что магазин хорошо механизирован, но с автоматизацией стоит поработать, чтоб улучшить торговое обслуживание.

2.4 Технико экономические показатели торговой сети Золотое яблоко

Динамика показателей капитала, внеоборотных активов и общей величины активов (пассивов) баланса изображена на следующем графике

Наименование показателя	Код	31.12.20	31.12.19	31.12.18	31.12.17	31.12.16	31.12.15	31.12.14	31.12.13	31.12.12	31.12.11
АКТИВ											
Материальные внеоборотные активы	1150	-	340	340	-	-	-	-	-	-	-
Запасы	1210	43	105	308	37	37	380	214	393	987	627
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 100	950	669	31	9	38	14	16	-	1
Финансовые и другие оборотные активы (включая дебиторскую)	1230	1 578	370	1 460	63	346	1 177	556	156	682	354

задолженно сть)											
БАЛАНС	160 0	2 721	1 765	2 777	131	392	1 595	784	565	1 669	982
ПАССИВ											
Капитал и резервы	130 0	788	292	391	22	212	191	313	210	60	(1 199)
Долгосрочн ые заемные средства	141 0	-	30	786	-	-	-	-	-	-	-
Краткосроч ные заемные средства	151 0	87	65	370	-	-	-	-	-	208	1 440
Кредиторск ая задолженно сть	152 0	1 846	1 378	1 230	109	180	1 404	471	355	1 401	741
БАЛАНС	170 0	2 721	1 765	2 777	131	392	1 595	784	565	1 669	982

Парфюмерная сеть «Золотое яблоко» в 2020 г. получила 216,8 млн руб. чистой прибыли, этот показатель стал рекордным за все время существования компании. В 2019 г. прибыль «Золотого яблока» составляла 124,1 млн руб. Как говорится в отчете компании за прошлый год, выручка выросла в 1,5 раза до 22,4 млрд руб. (в 2019 г. — 13,8 млрд руб.).

Заключение

Розничная торговля является важным звеном на рынке товаров, которое предназначено для обслуживания населения и оказания услуг покупателям. На пути развития наблюдаются негативные явления, которые ухудшают состояние потребительского рынка. Несмотря на это, происходит преобразование отрасли за счет продажи товаров организованными предприятиями торговли, применяющими цивилизованные формы торговли.

В качестве первоочередных задач на современном этапе выступают развитие прогрессивных методов продажи, совершенствование товаров методом самообслуживания по предварительным заказам, по месту работы и жительства. Решая задачи о рациональной организации системы товароснабжения, идет обеспечение планомерного, бесперебойного снабжения товарами розничной торговой сети. В розничной торговле осуществляется продажа товаров населению, изучается покупательский спрос, формируются заказы промышленности. Необходимым условием для дальнейшего совершенствования розничной торговли является разработка проектов современных магазинов, оснащенных новейшими видами торгово-технологического оборудования. В организации торговли большую роль играет разработка технологических процессов, направленных на обслуживание покупателей, т.е. внедрение прогрессивных методов и дополнительных услуг. В современных условиях первостепенное значение приобретают установленные связи с поставщиками, формирование товарного ассортимента, совершенствование операций по закупке товаров.

Необходимым условием дальнейшего совершенствования торговых предприятий является получение прибыли предприятием. На получение прибыли влияет процесс ценообразования. Политика ценообразования преследует три цели: обеспечение сбыта, максимизация прибыли, удержание рынка. Работая в этих условиях, предприятия розничной торговли должны следить за ситуацией на рынке: динамикой цен, появлением новых товаров,

действиями конкурентов. Они не должны допускать чрезмерного завышения или занижения цен на свои товары и стремиться снижать издержки закупа и сбыта.

Список использованной литературы и источников:

- 1.ГОСТ Р 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий»;
- 2.Поляк К.А. Розничная торговля: Бум во время чумы. // Большой Бизнес. – 2017. – №4. – С. 89 – 93.
- 3.Токарь Е.В. Роль розничной торговли в развитии регионального рынка потребительских товаров//Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. -2019. -№ 1. -С. 71-81.
- 4.Никулина Т.А. Понятие, признаки и классификация розничных торговых сетей // Маркетинг в России. – 2019. – №5. – С. 14.
- 5.Состояние потребительского рынка России FMCG РФ: Итоги 2017-2018 гг.