

КЛАССИФИКАЦИЯ И ФУНКЦИИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

«Основы коммерческой деятельности»

Розничная торговая сеть

— это совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей.

Функции розничной торговли:

- закупка, продажа товаров;
- транспортировка;
- хранение;
- принятие риска;
- финансовая деятельность;
- информирование рынка, получение информации о рынке;
- подсортировка, подработка, приведение к товарному виду.

Задачи розничной торговли:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность;
- определение ассортиментной политики;
- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;
- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

Классификация розничных торговых организаций:

- виды и особенности устройства;
- тип организации;
- форма торгового обслуживания;
- тип здания и особенности его объемно-планировочного решения;
- функциональные особенности организации.

По стационарности

- **Стационарный торговый объект:**
Магазин — специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям.



Нестационарный торговый объект:

■ Павильон

■ Киоск



■ Палатка



Развозная торговля

- автомагазины,
- автолавка,
- автофургон,
- автоцистерна.



Разносная торговля

- лоток,
- тележка,
- торговые автоматы и др.



По организационно-правовым формам:

- Общество с ограниченной ответственностью - ООО,
- Акционерное общество - АО,
- Потребительские кооперативы,
- Индивидуальные предприниматели - ИП

По формам обслуживания:

- Самообслуживание
- Продажа товаров по образцам



- Обслуживание
через прилавок



- С открытой
выкладкой



- по предварительным заказам



- дистанционным способом



По размеру торговой площади

- **мелкие** - до 250 м²,
- **средние** - от 251 до 1000 м²,
- **крупные** - от 1001 до 5000 м²,
- **особо крупные** - свыше 5000 м².

По форме собственности:

- Независимые розничные торговцы.
- Торговая сеть.
- Розничные франшизы.
- Арендруемый отдел.

С учетом типа здания и его объемно-планировочного решения:

- ОТДЕЛЬНО
СТОЯЩИЕ;



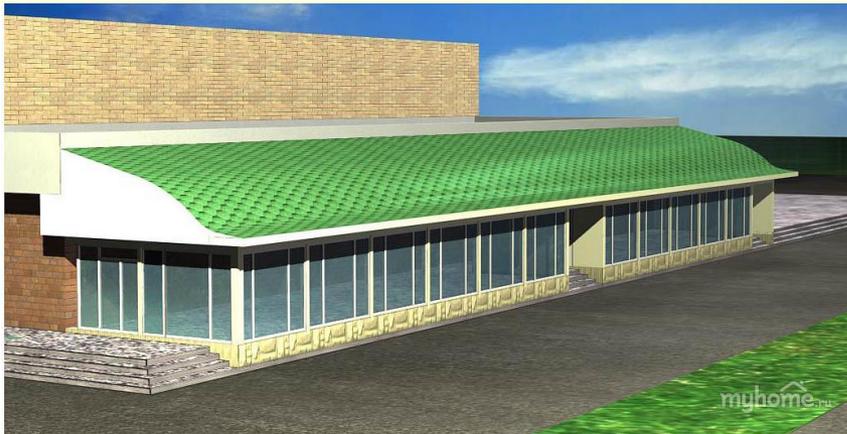
- ВСТРОЕННЫЕ;



- Встроенно-пристроенные



- Пристроенные



- Торговые комплексы



По видам (товарной специализации):

- универсальные
- специализированные
- узкоспециализированные
- комбинированные
- со смешанным ассортиментом
- продовольственные магазины
- непродовольственные магазины.

-
- **Специализация розничной торговой сети** – это ограничение деятельности отдельных предприятий по торговле определенными группами товаров.

По ценовому уровню:

- элитные магазины («Бутик», магазин-салон)
- магазины со средним уровнем цен (супермаркет, гипермаркет)
- магазины с низким уровнем цен («Секонд хенд», «Сток», «Кеш енд Кэрри», «Дискаунтер»).

Типизация - система мероприятий, направленных на отбор технически совершенных и экономически эффективных типов магазинов.

Способствует:

- рациональному управлению
- снижает затраты и сокращает сроки строительства и реконструкции магазинов
- устраняет излишнее многообразие типов магазинов.

1. Универсальные магазины:

- Гипермаркет, универмаг, магазин-склад, Универсам, Супермаркет, Гастроном



2. Специализированные продовольственные магазины:

- «Хлеб», «Овощи-фрукты», «Рыба», «Мясо», «Минеральные вода» т.д.



3. Специализированные непродовольственные магазины:

- «Одежда», «Обувь», «Ткани», «Электротовары», «Мебель», «Книги», «Охотник» и т.д.



4. Неспециализированные магазины со смешанным ассортиментом:

- магазины товаров повседневного спроса,
- Мини-маркет.



5. Неспециализированные магазины с комбинированным ассортиментом:

- Торговый дом, Товары для дома, для детей, для будущих мам, для новорожденных, для полных.



6. Прочие неспециализированные магазины:

- «Продукты», Промтовары, Комиссионный магазин, «Сток», «Секонд хенд», «Дисконт», «Кеш энд керри», «Дискаунтер» «Бутик», магазин-салон.



Факторы, влияющие на размещение магазина

- градостроительные
- транспортные
- социальные
- экономические