


Организация торговли  
**Устройство и планировка магазинов**  
**розничной торговли**

1. Законспектировать материал презентации .
2. Выслать фотографии **ОДНИМ ПИСЬМОМ** по электронной почте **smolovik i.v@mail.ru** **до 05.10.2022** г. (среда)

Работа на оценку!

# Всю площадь торгового зала можно разделить на:

- - **УСТАНОВОЧНУЮ площадь** – включает в себя  $S$ , занятую  $T$  оборудованием для выкладки  $T$  и крупногабаритных  $T$  (холодильники), размещенными в  $T$  зале, а также  $S$ , занимаемую оборудованием для проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.
- К-т установочной площади показывает эффективность использования  $T$  зала.
- $K_y = S_y / S_{T3}$ , оптимальное значение для магазинов самообслуживания 30%,  
*При коэффициенте ниже 0,25 магазин может выглядеть слишком пустынным, и посетителям в нем может быть неудобно. Если полученный коэффициент превышает 0,35, то, скорее всего, торговый зал перегружен оборудованием и посетителям в нем трудно перемещаться и выбирать товар.*
- К-т демонстрационной площади  $T$  зала характеризует степень использования  $T$  зала под выкладку товаров.
- $K_d = S_d / S_{T3}$ , оптимальное значение для магазинов самообслуживания 70-75%,
- - **S ПРОХОДОВ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ПЕРЕМЕЩЕНИЯ T** – необходима для свободного перемещения  $T$  и покупателей. Ширина проходов устанавливается с учетом применяемых средств механизации и интенсивности покупательского потока.

- 
- **- S для организации рабочих мест обслуживающего персонала** – В магазинах, где торговля ведется через прилавки, прилавки и торговое оборудование для выкладки и размещения рабочего запаса Т.
  - **- S контрольно-кассового узла** (специально оборудованная часть S торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями за Т в зонах самообслуживания магазинов, в пределах которой сосредоточено более одной ККМ) – включает в себя S, занимаемую кассовыми кабинками, проходами между ними, столами для упаковки Т, S для хранения корзин и тележек для отборки Т покупателями. В магазинах самообслуживания эта S не должна превышать 15% S торгового зала. На одно рабочее место контролера-кассира должно приходиться в продовольственных магазинах до 100 кв.м, в непродовольственных – до 160 кв.м.

## ПЛАНИРОВКА ТОРГОВОГО ЗАЛА

### 1. Линейная

### 2. Боксовая

### 3. Выставочная

### 4. Смешанная

При продаже Т по методу самообслуживания наиболее рациональна **ЛИНЕЙНАЯ планировка Т зала**, когда расстановка оборудования и проходы для покупателей спланированы в виде параллельных линий, расположенных, как правило, перпендикулярно линии узла расчета. При этом часть оборудования устанавливают вдоль стен Т зала, что позволяет с большей эффективностью использовать его площадь.

- + удобно регулировать направление движения покупательских потоков
- + удобно организовать единый расчетный узел
- + хороший просмотр Т зала
- + самостоятельный отбор Т одновременно всеми находящимися в зале покупателями
- + совершение комплексной покупки при затрате минимального времени



***В магазинах, применяющих продажу товаров через прилавки***

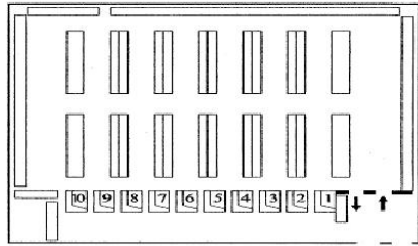
- **Линейная планировка**



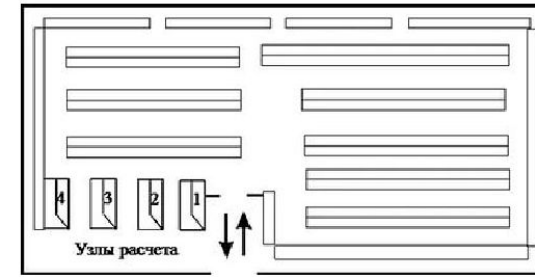


# В магазинах самообслуживания

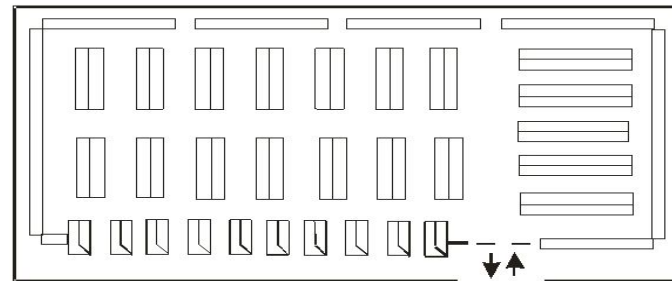
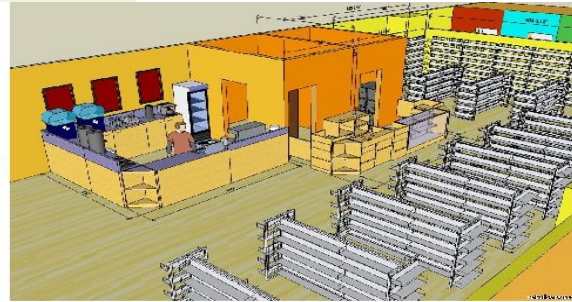
1. **Линейная планировка:**
  - **продольное размещение оборудования**



- **поперечное**



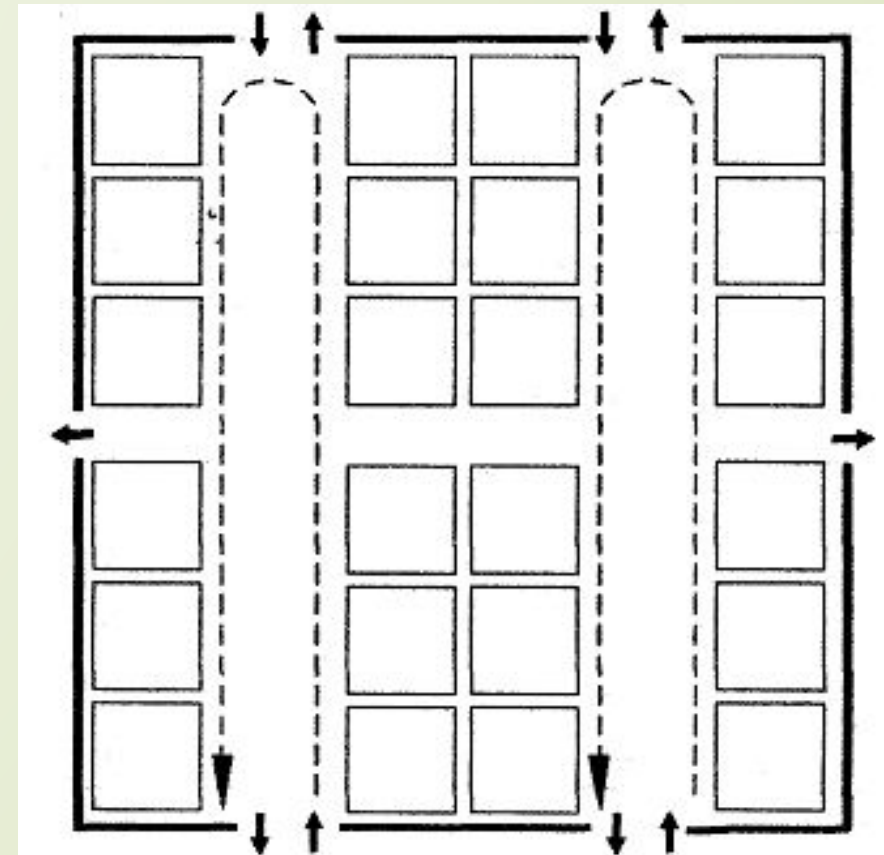
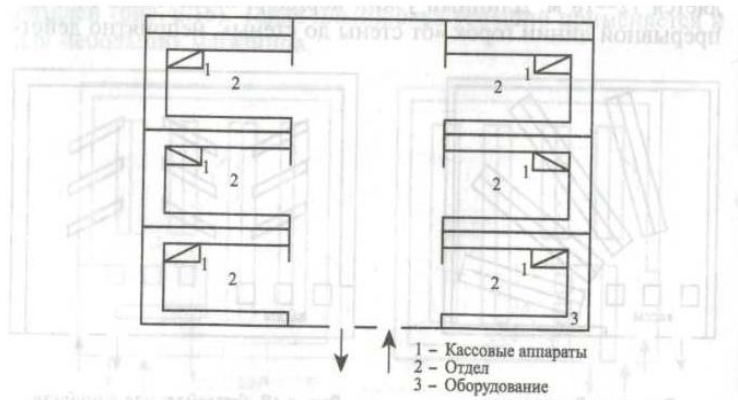
- **комбинированное**



**БОКСОВАЯ (бутиковая)** планировка представляет собой разбивку всей площади Т зала на изолированные друг от друга отделы (боксы). При этом каждый отдел имеет собственный узел расчета, что делает такую планировку менее удобной для покупателей, совершающих комплексную покупку, поскольку на приобретение Т каждом отделе и на расчетные операции им приходится затрачивать дополнительно время.

Применяется в крупных магазинах или магазинах, имеющих вытянутые пропорции Т залов; в магазинах с универсальным ассортиментом непродовольственных товаров, требующих примерки или специального отбора (ювелирные изделия).


## 2. Боксовая планировка





**Выставочная** планировка применяется в магазинах, торгующим по образцам. Ее используют при продаже мебели, тканей, обоев, телевизоров, стиральных машин и др. Т демонстрируют на стендах, горках, стеллажах, манекенах, расположенных на специально отведенной S для показа Т.  
+ привлекает внимание посетителей магазина  
+ предоставляет свободный доступ к товару, позволяя осмотреть его со всех сторон





Для того, чтобы выделиться и уйти от однообразия, все больше магазинов используют **смешанный** вид планировки, комбинируя различные способы размещения торгового оборудования. Позволяет уйти от однообразия и подчеркнуть различия отделов в крупных магазинах.

- Так, для молодежных и дизайнерских магазинов зачастую используется планировка «лабиринт», когда все элементы расположены асимметрично, создавая запутанную атмосферу. Свободная планировка ставит задачей создавать обстановку неторопливости и непринужденности, что способствует поощрению покупателя к покупке. Однако применение нестандартного оборудования и расточительное использование площади торгового зала делает этот тип планировки довольно дорогим, а кроме того, произвольный характер размещения оборудования ухудшает обзор и затрудняет внедрение стандартных систем предупреждения воровства. Роль стимула, «подгоняющего» покупателя ходить по магазину, исполняют продавцы-консультанты.
- 