**Тема 13. Организация розничной продажи товаров**

13.1. Содержание розничной продажи товаров.

13.2. Коммерческая работа в розничной торговле

**13.1. Содержание розничной продажи товаров**

Деятельность розничного торгового предприятия связана с реализацией товаров конечному потребите-лю, что является завершающим этапом их продвиже-ния из сферы производства. Предметом розничной торговли является не только продажа товаров, но и торговое обслуживание в процессе продажи и предо-ставление дополнительных услуг.

Розничная торговля – это продажа новых и бывших в употреблении товаров для личного или домашнего использования.

В России розничная торговля издавна была развита. Накануне 1917 года розничная торговая сеть насчиты-вала 1 млн 300 тыс. торговых точек. При этом населе-ние страны составляло 140 млн. Таким образом, на 1000 человек приходилось 93 магазина.

В настоящее время розничная торговля является од-ной из динамично развивающихся отраслей коммерче-ской деятельности. За последние десятилетия торговая сеть в России выросла в 1,5 раза, ежегодный прирост рынка розничной торговли составляет 15%. В рознице появляются новые форматы, изменяется роль оптови-ков, совершенствуются коммуникации.

Термин «розничная торговля» соответствует фран-цузскому слову «ритейл», означающему «дробить» или «резать». В соответствии с этим термином в последнее время деятельность по организации розничной торгов-ли называют ритейлингом. Для осуществления розничной торговли необходима соответствующая материальная база. Основой материально-технической базы розничной торговли является торговая сеть.

Розничная торговая сеть – это совокупность торго-вых предприятий, расположенных в пределах конкрет-ной территории или находящихся под общим управлением.

Розничная торговая сеть представлена предприяти-ями розничной торговли. От того, сколько имеется на определённой территории магазинов, насколько пра-вильно они размещены, каков в них торговый ассорти-мент, зависит качество обслуживания покупателей.

Деятельность розничного торгового предприятия является завершающим этапом продвижения товаров в сфере товарного обращения. Розничная торговая сеть, в отличие от оптовой сети, характеризуется территори-альной раздробленностью и наличием большого числа мелких предприятий.

В зависимости от форм продажи в розничной тор-говле различают магазинную и внемагазинную формы.

Магазинные продажи осуществляются в торговых предприятиях. В зависимости от условий, в которых осуществляется такая торговля, она может быть стацио-нарной (магазины, павильоны, киоски) и нестационар-ной. Нестационарная торговля включает в себя развозную торговлю (автолавки, автоцистерны).

Внемагазинные продажи осуществляются: в мелко-розничной стационарной сети (торговые автоматы); в мелкорозничной передвижной сети (на тележках, лот-ках); при прямых контактах, когда продавец приходит к покупателю (торговые агенты); при дистанционной форме торговли (интернет-магазин).

Дистанционная продажа предполагает не прямое обращение к потребителю, а обращение ко всем по-тенциальным потребителям по телевидению, Интернет или с помощью других рекламных средств. Покупатель узнаёт о товаре, а затем инициатива исходит от него. С помощью сайта или почты потребитель заказывает то-вар, а затем получает его почтовым отправлением или с помощью курьера.

В настоящее время в России развиваются новые формы розничной продажи товаров. К новым формам продажи товаров относят стоковую торговлю, «кэш энд керри», «сэконд хэнд», торговлю по заказам и комисси-онную торговлю.

Стоковой торговлей занимаются магазины, скупа-ющие остатки нереализованных партий товаров у про-изводителей или оптовиков и организующие их продажу по сниженным ценам. К объектам продажи стоковой торговли относят одежду, обувь и другие не-продовольственные товары. Недостатком стоковой торговли является отсутствие полного размерного ряда обуви или одежды.

Концепция «кэш энд керри» возникла в Америке. Основные отличительные признаки этой формы тор-говли: клиентами магазинов являются розничные поку-патели и представители малого и среднего бизнеса; совмещение склада и магазина.

«Сэконд хэнд» – это продажа непродовольственных товаров новых или бывших в употреблении по сни-женным ценам.

При торговле на заказ покупатель приходит в мага-зин дважды – в первый раз заказать товар, второй раз на следующий день для получения товара на руки. На ценнике в таком магазине две цены: большая сумма означает стоимость товара на данный момент, а мень-шая – цену товара в случае заказа на следующий день. Торговля по заказам успешно осуществляется в Мос-ковской области в магазинах «Утконос». Товар в роз-ничные торговые точки поставляется с центрального распределительного склада.

Комиссионная торговля – это розничная торговля, предполагающая продажу комиссионерами товаров, переданных им для реализации третьими лицами-комитентами, по договору комиссии. Комитентами яв-ляются физические лица. Комиссионер – организация любой организационно-правовой формы, а также ин-дивидуальный предприниматель, осуществляющие продажу товаров, принятых на комиссию, по договору купли-продажи. Магазины принимают товары новые или бывшие в употреблении.

**13.2. Коммерческая работа в розничной торговле**

Покупка товаров в больших количествах и дробле-ние партий товаров для отдельных покупателей – ос-новная функция розничной торговли.

Другие функции розничной торговли:

• удовлетворение потребностей населения в товарах;

• доведение товаров до покупателей путем организа-ции их пространственного перемещения и подачи к местам продажи;

• поддержания равновесия между спросом и пред-ложением;

• воздействие на производителей с целью расшире-ния и углубления ассортимента;

• совершенствование технологии продаж и улучше-ние качества обслуживания покупателей.

Коммерческая работа по розничной продаже това-ров складывается из следующих этапов:

Этап 1. Изучение и прогнозирование покупатель-ского спроса на реализуемые товары.

Этап 2. Формирование рационального ассортимен-та товаров.

Этап 3. Рекламно-информационная деятельность.

Этап 4. Выбор наиболее эффективных методов продажи товаров.

Этап 5. Организация оказания торговых услуг поку-пателям.

Основополагающим элементом коммерческой работы в розничной торговле является формирование оптимального торгового ассортимента, которое находится в прямой зависимости от типа и специали-зации торгового предприятия. В соответствии с ГОСТ Р 51773–2001 «Розничная торговля. Классифи-кация предприятий» предусмотрены следующие типы торговых предприятий: универмаг, универмаг «Детский мир», магазин-склад, гипермаркет, универсам (супер-маркет), гастроном, продукты (мини-маркет), товары повседневного спроса, промтовары, специализирован-ный магазин, неспециализированный магазин, дом тор-говли, комиссионный магазин.

Магазины могут функционировать в форме объ-единений предприятий, поэтому различают: торговую сеть; торговое объединение; торговый дом; торговую цепь; фирменный магазин и финансово-промыш-ленные группы.

Важную роль в торговле играет реклама. В рыноч-ных условиях ни одно торговое предприятие не может осуществлять реализацию товаров без использования рекламы. В розничной торговле для стимулирования продажи товаров должны использоваться различные виды рекламы.

Выбор эффективных методов розничной продажи товаров – важнейший этап коммерческой работы роз-ничных торговых предприятий. Эффективно органи-зованная продажа товаров способствует росту товарооборота магазина, удовлетворению спроса насе-ления и обеспечивает рентабельную работу торгового предприятия.

Характер и структура операций по продаже товаров зависят от ассортимента товаров и методов их продажи. В розничной торговле применяют следующие ос-новные методы продажи товаров.

Продажа товаров на основе самообслуживания – один из самых удобных для покупателей метод прода-жи товаров. Используется при продаже большинства продовольственных и непродовольственных товаров. Исключение составляют крупногабаритные и дорого-стоящие товары.

Продажа товаров через прилавок включает выпол-нение следующих операций: встреча покупателя и вы-явление его намерения; предложение и показ товаров; помощь в выборе товара и консультация; предложение сопутствующих и новых товаров; проведение техноло-гических операций, связанных с нарезкой, взвешивани-ем, отмериванием; расчетные операции; упаковка и выдача товаров.

Продажа товаров по образцам предусматривает вы-кладку образцов в торговом зале и самостоятельное знакомство с ними покупателей. После выбора товаров и оплаты покупки продавец вручает покупателю това-ры, соответствующие образцам. Этот метод использу-ется при продаже технически сложных и крупногабаритных товаров, а также товаров, которые требуют перед их отпуском отмеривания и нарезки (пиломатериал, металлоизделия).

Продажа с открытой выкладкой и свободным до-ступом. В этом случае покупатели имеют возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные на рабочем месте продавца товары.

Торговля по предварительным заказам. По предва-рительным заказам продают преимущественно продо-вольственные товары, а также непродовольственные товары сложного ассортимента. Заказы могут быть приняты в магазине, автомагазине, по телефону, месту работы или на дому покупателей в устной, письменной форме или по электронной почте.

Продажа товаров по каталогам. Вместо натуральных образцов товаров предлагается каталог фотографий с описанием вариантов. После выбора товара и расчётов за него товар доставляется по почте или непосред-ственно на дом клиенту машиной магазина.

В процессе продажи товаров покупателям оказыва-ются дополнительные торговые услуги. Их можно под-разделить на три вида: связанные с покупкой товара; оказание помощи покупателям при использовании приобретенных товаров; создание благоприятной об-становки для посещения магазина.

В розничной торговле осуществляется контакт про-давцов с конечными потребителями товаров, поэтому кроме организации коммерческой деятельности боль-шое значение имеет личность продавца и обслужива-ющего персонала для создания благоприятной обстановки в магазине.