

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/211154>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Электронная торговля

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ, ПРИМЕНЯЕМОГО ДЛЯ ВЫКЛАДКИ ТОВАРОВ 5

1.1 Понятие торгового оборудования 5

1.2 Классификация торгового оборудования, применяемого для выкладки товаров 6

1.3. Назначение и требование к торговому оборудованию 12

2 РАСЧЕТ НЕОБХОДИМОГО ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ В МАГАЗИНЕ «ПЯТЕРОЧКА» 16

2.1 Общая характеристика магазина «Пятерочка» 16

2.2 Расчет торгового оборудования в магазине «Пятерочка» 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 30

ВВЕДЕНИЕ

Успех бизнеса в сфере торговли зависит от разных факторов, важное значение среди которых занимает торговое оборудование. Это комплекс конструкций и устройств для выкладки, демонстрации и хранения продукции, призванных помогать реализовывать товар и повышать уровень продаж предприятия.

От правильного подбора мебели напрямую зависит рациональность использования торговой площади, эффективность торгово-технологического процесса в магазине, уровень обслуживания посетителей и получение ожидаемой прибыли. Поэтому прежде, чем выбирать конкретные модели для оснащения торгового зала необходимо знать какая существует классификация торгового оборудования и выполнение каких задач обеспечивают конструкции.

Розничный магазин подвержен многим рискам и несет большую ответственность за безопасность людей. Многие недооценивают данный факт и приобретают некачественное оборудование для торговли. В это же время клиентура изменилась с приходом интернет-торговли. И совершенствовать устройство помещения нужно прямо сейчас. Включая мебель, технические средства и сам подход к построению площадей. Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время одним из главных двигателей торговли является технологический процесс в торговле, а также установки и рациональная эксплуатация всех видов торгово- технологического оборудования. Именно эта тема является наиболее актуальной в условиях жесткой конкуренции предприятий розничной торговли.

Целью курсовой работы является классификация оборудования, применяемого при выкладке товаров.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие торгового оборудования ;
- проанализировать классификацию торгового оборудования, применяемого для выкладки товаров;
- проанализировать назначение и требование к торговому оборудованию;
- дать общую характеристику магазина «Пятерочка»;
- провести расчет торгового оборудования в магазине «Пятерочка».

Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод о том, что тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего исследования.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы исследования:

- анализ литературы;
- анализ нормативно-правовой документации по теме курсовой работы;
- изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики;
- теоретический анализ и синтез;
- классификация.

Научная новизна курсовой работы состоит в теоретико-методологическом обосновании авторской концепции особенностей торгового оборудования, применяемого при выкладке товаров.

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, две главы, пять параграфов, заключение, список использованных источников.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ, ПРИМЕНЯЕМОГО ДЛЯ ВЫКЛАДКИ ТОВАРОВ

1.1 Понятие торгового оборудования

Торговое оборудование – это технические средства, используемые на предприятиях розничной и оптовой торговли, общественного питания, в складах, хранилищах и на базах. Различают торговое оборудование для продовольственных, промышленных товаров и универсальное.

Классифицируют оборудование и по применяемым методам торговли – обычные (продажа с прилавка) и прогрессивные (самообслуживание, продажа товаров в кредит).

В зависимости от назначения выпускается торговое оборудование для транспортировки и погрузки (разгрузки) товаров, хранения, демонстрации и продажи, обработки, взвешивания товаров, расчетов с покупателями.

Отдельную группу составляют торговые автоматы.

Торговое оборудование, установленное на торговых площадях предназначено не только для размещения товаров, но и чтобы представить товар покупателю в наиболее выгодном свете.

Существуют определенные методы воздействия на покупателя (мерчендайзинг) и торговое оборудование, создающее определенный фирменный стиль магазина, играет далеко не последнюю роль.

Очень важное значение имеют цвет, материал и дизайн торговой мебели, которые должны гармонировать с дизайном торгового зала и выгодно подчеркивать продаваемые товары.

Технологический прорыв в оснащении торговым оборудованием в настоящее время связан с тем, что тяжеловесная корпусная торговая мебель заменяется на компактные и легкие модульные и мультисистемы с широкими возможностями конструирования.

Это многофункциональные системы торгового оборудования, которые удобны и просты в сборке и эксплуатации, поддерживают эффективную выкладку товара и обеспечивают рациональное использование торгового пространства. Такие конструкции легко монтируются и демонтируются, что позволяет без труда осуществлять частичную перепланировку магазина с приходом новой коллекции. Данные системы торгового оборудования выполнены из различных материалов: металл (шлифованный, хромированный, крашенный), стекло (прозрачное, матовое, цветное), массив дерева, ДСП, Eurolight.

Прогресс не стоит на месте, и появляемые новейшие материалы и технологии быстро находят применение при производстве новых видов оборудования и мебели для торговли.

Отдельно стоит торговое оборудование для бутиков и магазинов высшего ценового класса. Как правило — это эксклюзивное оборудование, спроектированное и выполненное под заказ.

В сочетании с изысканным интерьером торгового зала, такие магазины больше напоминают выставочные залы.

1.2 Классификация торгового оборудования, применяемого для выкладки товаров

Для оснащения предприятий розничной торговли предложено огромное разнообразие специализированной мебели. Чтобы подобрать конструкции, которые будут соответствовать специфике продаваемых товаров и особенностям торгового помещения, следует предварительно изучить классификатор. Выделяют следующие основные признаки классификации торгового оборудования:

- по назначению. В зависимости от функционального назначения мебель разделяют на 2 группы: для транспортировки, приемки и хранения товара (контейнеры, конвейеры, лотки и другой инвентарь) и для продажи продукции (холодильные установки, витрины, стеллажи, горки, стойки и другие конструкции);
- по функционалу. Различают холодильное, измерительное, кассовое, торгово-выставочное, автоматизированное и немеханическое оборудование;
- по товарному профилю. По этому критерию выделяют универсальное и специализированное оборудование. Универсальные конструкции применяют без привязки к ассортименту продукции и профилю магазина, специализированные используют для определенных видов продуктов (мяса, рыбы, напитков и других);
- по конструкции и функциональности. Всю торговую мебель принято классифицировать на разборную и

неразборную. В первом варианте предусмотрена возможность изменения конфигурации конструкций, обе разновидности могут быть стационарными и мобильными;

- по месту расположения. Есть модели для установки в торговом зале, складских, подсобных и других профильных помещениях.

Помимо этого, мебель для магазинов классифицируют по материалу изготовления, комплектности, характеру производства (типовые и выполненные на заказ модели) и другим факторам. Если внимательно разобраться что относится к торговому оборудованию того или иного класса с легкостью можно подобрать варианты для оснащения конкретного магазина.

Для предприятий розничной и оптовой торговли основным элементом рабочего пространства является специальная мебель.

Существуют разные виды торгового оборудования для магазина, которые между собой отличаются функционалом, габаритами, конструктивными особенностями и дизайном.

1. CD-ROM. Экономика предприятий торговли и общественного питания. Электронный учебник. Гриф УМО. - Москва: Высшая школа, 2018. - 659 с.
2. Арустамов, Э. А. Оборудование предприятий торговли / Э.А. Арустамов. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 452 с.
3. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании (+ CD-ROM) / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров. - М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2017. - 352 с.
4. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании (+ CD-ROM) / Ю.А. Бабаев. - М.: Вузовский учебник, 2020. - 137 с.
5. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании. Учебное пособие. Гриф МО РФ / Ю.А. Бабаев. - М.: Вузовский учебник, 2017. - 138 с.
6. Бабаев, Юрий Агивович Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании. Учебное пособие. Гриф УМО МО РФ / Бабаев Юрий Агивович. - М.: Вузовский учебник, 2020. - 159 с.
7. Елхина, В. Д. Механическое оборудование предприятий общественного питания / В.Д. Елхина. - М.: Академия, 2019. - 336 с.
8. Елхина, В. Д. Механическое оборудование предприятий общественного питания / В.Д. Елхина. - М.: Академия, 2020. - 336 с.
9. Ирина, Алексеевна Самулевич Кассовые операции с применением банковских карт. Торговля и общественное питание / Ирина Алексеевна Самулевич. - М.: Издательские решения, 2019. - 130 с.
10. Кащенко, В. Ф. Оборудование предприятий общественного питания / В.Ф. Кащенко, Р.В. Кащенко. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2020. - 416 с.
11. Корнюшко, Л. М. Механическое оборудование предприятий общественного питания / Л.М. Корнюшко. - М.: Гиорд, 2019. - 288 с.
12. Косолапова, Н. В. Оборудование предприятий торговли для продажи товаров / Н.В. Косолапова, И.О. Рыжова. - М.: Academia, 2019. - 849 с.
13. Косолапова, Н. В. Оборудование предприятий торговли для хранения и подготовки товаров к продаже / Н.В. Косолапова, И.О. Рыжова. - М.: Academia, 2019. - 273 с.
14. Косолапова, Н.В. Оборудование предприятий торговли для продажи товаров. Учебное пособие / Н.В. Косолапова. - М.: Академия (Academia), 2018. - 482 с.
15. Оборудование предприятий общественного питания. В 3 частях. Часть 3. Торговое оборудование / Т.Л. Колупаева и др. - М.: Академия, 2020. - 304 с.
16. Пластинина, Н. В. Дистанционные покупки. Порядок приобретения товаров и юридическая защита потребителей / Н.В. Пластинина. - М.: Дашков и Ко, Ай Пи Эр Медиа, 2015. - 160 с.
17. Раус, Даррен Ваш блог в Интернете. Как заработать миллион / Даррен Раус , Крис Гаррет. - М.: БХВ-Петербург, 2016. - 288 с.
- 18.. Салбер, Алена Как открыть интернет-магазин / Алена Салбер. - М.: SmartBook, 2014. - 320 с.
19. Сергеев, А. П. Раскрутка сайтов и основы электронной коммерции. Краткое руководство / А.П. Сергеев. - М.: Вильямс, 2016. - 256 с.
20. Сопачева, Т. А. Оборудование предприятий общественного питания. Рабочая тетрадь / Т.А. Сопачева, М.В. Володина. - М.: Академия, 2020. - 112 с.
21. Стоун, Брэд The Everything Store. Джефф Безос и эра Amazon / Брэд Стоун. - М.: Азбука-Аттикус, Азбука Бизнес, 2014. - 416 с.
22. Ших, Клара Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса / Клара Ших. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 304 с.

23. Шатова Бухгалтерский Учет В Торговле И Общественном Питании. Ч.1 / Шатова. - Москва: РГГУ, 2019. - 913 с.
24. Шатова Бухгалтерский Учет В Торговле И Общественном Питании. Ч.2 / Шатова. - Москва: ИЛ, 2019. - 730 с.
25. Яковлев, А. Раскрутка сайтов. Основы, секреты, трюки / А. Яковлев. - М.: БХВ-Петербург, 2015. - 174 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/211154>