

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра экономики и планирования

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В ТОРГОВЛЕ

Методические указания и задания для выполнения контрольных работ для
студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиля
38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)»
заочной формы обучения

КРАСНОЯРСК 2019

Организация и технологический процесс в торговле: Методические указания и задания для выполнения контрольных работ для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиля 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)» заочной формы обучения / Рукосуева Т.В.; Торг.-экон. ин-т, СФУ – Красноярск. – 2019. – 10 с.

Зав. кафедрой
экономики и планирования

Ю.Л. Александров

1. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ, СОДЕРЖАНИЕ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Написание контрольной работы предусматривает закрепление полученных студентами теоретических знаний и практических навыков по изучаемой дисциплине. Контрольная работа состоит из теоретического и практического разделов.

Теоретический раздел включает один теоретический вопрос. В практическом разделе решается задача и выполняются расчеты в соответствии с условиями задачи. Условия задач полностью переписываются в работе, все расчеты сопровождаются необходимыми пояснениями, в которых отражается последовательность, исходные данные и методика исчисления. При необходимости расчеты оформляются в таблицах.

Контрольная работа должна быть выполнена в полном объеме, аккуратно и правильно оформлена. Текст работы излагается машинописным способом на отдельных сброшюрованных листах. На титульном листе должны быть указаны все данные о студенте: фамилия, имя, направление подготовки, профиль, шифр зачетной книжки, группа и номер выполняемого варианта. В конце работы приводится перечень использованной литературы, оформленный в соответствии с требованиями, ставится подпись студента и дата выполнения работы. Контрольная работа сдается для проверки на кафедру экономики и планирования, где подлежит регистрации.

Если в процессе проверки выявлены ошибки, работа возвращается на доработку. В этом случае студент должен в конце работы написать «работа над ошибками» и исправить их: дать правильный ответ на теоретические (тестовые) вопросы или перерешать задачу.

Защита контрольной работы проходит в устной форме по согласованию с преподавателем после ее допуска к защите.

Вариант контрольной работы выбирается студентом по последней цифре номера зачетной книжки согласно следующему распределению.

№ варианта	Последняя цифра номера зачетной книжки
1	5, 6
2	4, 7
3	3, 8
4	2, 9
5	1, 0

Вариант 1.

Задание 1. Направления государственного регулирования коммерческой деятельности: цель, задачи, характеристика направлений.

Задание 2. Определить качество торгового обслуживания покупателей и разработать рекомендации по улучшению качества обслуживания на основе имеющихся данных. Супермаркет «Колосок» торговой площадью 850 м², расположенный в зоне городского значения предлагает населению ассортимент товаров, представленный в табл. 1.

За отчетный год населению реализовано товаров на сумму 789 000 тыс. руб., в т. ч. продажа методом самообслуживания на 467 000 тыс. руб., методом продажи товаров с открытой выкладкой – 85 000 тыс. руб. и остальная сумма оборота получена методом индивидуального обслуживания, при планируемом обороте розничной торговли в сумме 750 000 тыс. руб.

Количество дополнительных услуг, предоставляемых покупателям в магазине и фактически оказываемых на момент проверок, представлено в табл. 2.

Средние затраты времени покупателей на ожидание обслуживания представлены в табл. 3.

Среднедневное количество покупателей и посетителей в магазине представлено в табл. 4.

Данные о мнении покупателей о культуре обслуживания представлены в табл. 5.

В табл. 6 приведены причины неудовлетворенности покупателей обслуживанием в магазине.

Таблица 1 - Исходные и расчетные данные для определения коэффициента широты и коэффициента устойчивости ассортимента

Ассортиментный перечень	Фактический показатель количества разновидностей, ед.	1-я проверка	2-я проверка	3-я проверка
Кондитерские изделия	544	520	518	508
Молочная продукция	850	785	778	793
Хлебобулочные товары	153	144	133	130
Мясная продукция	310	296	290	309
Рыба, рыбные товары	381	367	363	350
Масложировая продукция	135	122	133	133
Вкусовые товары	555	539	523	522
Бакалея	4763	4638	4631	4629
Алкогольная продукция	605	578	585	592
Овощи–фрукты	202	189	184	195
Косметические товары	55	52	57	54
Синтетические моющие средства	15	17	13	15
Гигиенические средства	17	19	21	15

Таблица 2 - Характеристика дополнительного обслуживания покупателей в магазине

Номенклатура дополнительных услуг, оказываемых покупателям в магазине	Фактически оказывались на момент проверок		
	1	2	3
1. Прием заказов по телефону	+	+	-
2. Подарочная упаковка товаров	-	-	+
3. Доставка заказов	+	-	-
4. Разделка охлажденной рыбы	+	-	-
5. Приготовление соков из цитрусовых фруктов	+	-	+
6. Парковка	+	+	+
7. Нарезка мясных и колбасных изделий, сыров	+	+	+

Таблица 3 - Хронометражные данные фактических затрат времени на ожидание обслуживания

Замеры	Ожидание консультации	Ожидание расчета и получения товара
1	22	130
2	21	156
3	10	145
4	18	105
5	12	104
6	20	109
7	8	130
8	10	145
9	19	131
10	13	149
11	14	161
12	18	130
13	10	131
14	13	132
15	10	112

Таблица 4 - Характеристика покупателей и посетителей в магазине

Показатель	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Посетители	3128	2993	2840	2475	3418	1852	2561
Покупатели	2844	2129	2204	1951	3074	1628	2114

Таблица 5 - Данные опроса покупателей

Показатель обслуживания	Количество покупателей, оценивших культуру обслуживания
Отлично	520
Хорошо	918
Удовлетворительно	224
Неудовлетворительно	74

Таблица 6 - Причины неудовлетворенности покупателей обслуживанием

Причины	Количество
Неудовлетворительное качество продуктов	41
Отсутствие ценников	10
Длинные очереди при расчете	38
Отсутствие информации на товаре	30
Мелкий шрифт на ценниках	31
Некачественное штрихкодирование товара и увеличение времени идентификации товара на кассе	21
Недостаточное количество покупательских корзин, тележек	48
Загроможденные проходы невыставленным товаром	24
Отсутствие товара при наличии ценника	17
Несоответствие цены товара на кассе	29
Другое	9
Итого	298

Вариант 2.

Задание 1. Выкладка товаров в торговом зале: ее значение, способы и приемы. Факторы, влияющие на организацию выкладки товаров. Правила рациональной выкладки товаров на торговом оборудовании.

Задание 2. Выполните задание 2 и ответьте на вопросы:

1. Рассчитать емкость общетоварного склада и площадь его помещений для хранения продовольственных товаров (непродовольственных товаров).
2. Дать описание технологического процесса склада и составить перечень оборудования, необходимого для рациональной организации этого процесса.
3. Начертить схему внутренней планировки общетоварного склада.

Условия задачи:

1. Данные условия приведены в табл. 1, 2.
2. Коэффициент неравномерности образования товарных запасов ($K_{нз}$) составляет 1,2.
3. Коэффициент неравномерности поступления товаров на склад ($K_{нп}$) равен 1,5; коэффициент неравномерности отпуска товаров со склада ($K_{но}$) – 1,2.
4. Высота укладки (B_y) товаров на складе – 6 м.
5. Производительность фасовочного агрегата 16–18 тонн в смену.

Таблица 1 - Продовольственный склад

Товарные группы	Средние запасы (Z_c), вагоны	Распределение запасов по способам хранения, %		Товарные запасы ($Z_{сд}$), дни
		в штабелях ($D_{ш}$)	на стеллажах (D_c)	
Кондитерские изделия	20	80	20	20
Безалкогольные напитки	20	75	25	25
Спички	2	100		25
Крупы	20	100		25
Сахар песок	10	100		25
Сахар рафинад	2	100		20

Примечание: 90 % сахарного песка и крупы реализуется в расфасованном виде. Техническая норма загрузки вагона сахарным песком и крупой – 60 т.

Таблица 2 - Непродовольственный склад

Товарные группы	Средние запасы (Зс), вагоны	Распределение запасов по способам хранения, %		Товарные запасы (Зсд), дни
		в штабелях (Дш)	на стеллажах (Дс)	
Ткани	20	70	30	40
Готовое платье	5	70	30	35
Галантерея	5	50	50	40
Культтовары	10	40	60	30
Обувь	5	60	40	30
Хозяйственные товары	10	80	20	30

Вариант 3

Задание 1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.

Задание 2. Произвести оценку поставщиков по результатам работы для принятия решения о продлении договорных отношений с двумя из них.

Таблица 1 - Данные о потенциальных поставщиках бытовой электротехнической продукции

Критерии	Поставщики			
	А	В	С	Д
Основные критерии:				
1. Уровень цены на товар	Средний	Низкий	Средний	Высокий
2. Качество товара	Высокое	Среднее	Высокое	Среднее
3. Ассортимент товара и постоянство его наличия на складе	Насыщенный и глубокий с постоянным наличием	Ненасыщенный и глубокий с постоянным наличием	Насыщенный и глубокий с постоянным наличием	Насыщенный и глубокий с непостоянным наличием
4. Сроки и условия поставки	Сразу после оплаты	В течение 3-х дней после оплаты	В течение недели после заключения договора	В течение 3-х дней после оплаты
5. Возможный объем поставки	Произвольный	Произвольный	Произвольный	На сумму не менее 20 000 руб.
6. Форма оплаты	100% предоплаты	100% предоплаты	Оплата по факту или отсрочка	20% предоплата и 80 % отсрочка платежа на 7 дней
7. Транспортные условия	Самовывоз	Доставка на склад покупателя	По желанию покупателя	Доставка на склад покупателя за отдельную плату
Дополнительные критерии:				

1. Общая репутация поставщика	Все прежние договора выполнялись в срок	Все прежние договора выполнялись в срок	Все прежние договора выполнялись в срок	Ранее с этим поставщиком не работали
2. Финансовая стабильность поставщика	Устойчивая	Есть некоторые сомнения	Устойчивая	Неизвестно
3. Надежность поставки	Высокая	Высокая	Выше среднего	Сомнительная

Последовательность выполнения задания:

1. Выберите шкалу для оценки критериев, составьте оценочную шкалу по форме таблицы 2 (по пятибалльной шкале).

Таблица 2 - Оценочная шкала для оценки показателей выбора поставщиков

Показатель	5 "отлично"	4 "хорошо"	3 "удовлетворительно"	2 "неудовлетвор."	1 "плохо"
1	2	3	4	5	6

2. Оцените поставщиков по заданным критериям в баллах.

3. Определите значимость критериев выбора поставщиков методом ведущего эксперта.

4. Определите рейтинг поставщиков бытовой электротехнической продукции и сделайте соответствующие выводы.

Вариант 4

Задание 1. Специализация и типизация розничных торговых предприятий.

Задание 2. Определить количество товаров, подлежащих завозу в «Минимаркет» и оформить заявку на текущий завоз товаров в магазин. Магазин «товары повседневного спроса» имеет площадь торгового зала 150 м². Для расчета следует использовать данные, приведенные в табл. 1.

Магазин работает без выходных. Частота завоза товаров — 1 раз в 7 дней. Методика выполнения задания.

Для определения количества заказываемых товаров следует пользоваться формулой:

$$Пз = Nz + Pз - O,$$

где $Пз$ — количество товаров, подлежащих завозу в магазин;

$Nз$ — неснижаемый запас товаров, обеспечивающий бесперебойную продажу товаров;

$Pз$ — реализация товаров между завозами;

O — фактический запас товаров в магазине.

Таблица 1 - Данные для расчета

Наименование товара, единицы измерения	Реализация товара за месяц	Наличие товара на день предоставления заявок	Количество товара, включенного в предварительную заявку	Норматив товарных запасов, в днях
Продовольственные товары				
Карамель, кг	900	200	100	3
Драже, кг	90	20	-	3
Ирис, кг	60	4	10	3
Халва, кг	90	-	20	3
Конфеты глазированные, кг	480	200	60	3
Конфеты неглазированные, кг	150	40	20	3
Шоколад, плитка	300	100	50	3
Мармелад, кг	90	10	20	3
Печенье, кг	600	200	60	3
Пряники, кг	150	30	20	3
Вафли, пачка	510	60	100	3
Мед, банка	120	20	20	3
Непродовольственные товары				
Духи, шт.	120	20	20	10
Одеколон, шт.	90	20	10	10
Крем для лица, шт.	60	10	10	10
Крем для рук, шт.	30	10	-	10
Крем после бритья, шт.	30	-	-	10
Крем для бритья, шт.	30	10	10	10
Лосьоны, шт.	30	-	10	10
Пудра, шт.	30	5	5	10
Порошки зубные, шт.	30	10	10	10
Пасты зубные, шт.	90	30	-	10
Шампунь, шт.	30	-	10	10
Глицерин, вазелин, шт.	30	10	5	10
Помада губная, шт.	30	5	6	10

Вариант 5

Задание 1. Специализация и типизация розничных торговых предприятий.

Задание 2. Определить ожидаемую экономическую эффективность перевода продовольственного магазина с традиционными методами продажи товаров на самообслуживание. Условия работы (часы торговли, ассортимент и т. д.) после перевода на самообслуживание не изменяются.

Условия задачи:

1. Годовой товарооборот магазина показан в табл. 1.

Таблица 1 Годовой товарооборот магазина

Вариант	Товарная специализация магазина	При традиционных методах продажи (Тт), тыс. руб.	При самообслуживании, (Тс), тыс. руб.
1	Гастроном	4000	4800
2	Молочный	3200	3600
3	Овощи-фрукты	3000	3300

2. □ Площадь торгового зала магазина (табл. 2) при традиционных методах продажи (S) при переводе на самообслуживание за счет ее перепланировки увеличивается и составляет:

Таблица 2 Площадь торгового зала магазина до и после перевода на самообслуживание

Вариант	Товарная специализация магазина	До перевода на самообслуживание (St), м2	После перевода на самообслуживание (Sc), м2
1	Гастроном	550	590
2	Молочный	20	340
3	Овощи-фрукты	350	375

3. □ Число работников магазина до и после перевода на самообслуживание не изменяется (табл. 3):

Таблица 3 Количество работников

Вариант	Товарная специализация магазина	Число работников магазина (Чр), чел.
1	Гастроном	98
2	Молочный	82
3	Овощи-фрукты	88

4. Дополнительные капитальные вложения на приобретение оборудования для магазина самообслуживания с учетом стоимости реализации заменяемого оборудования составят (табл. 4):

Таблица 4 - Дополнительные капиталовложения

Вариант	Товарная специализация магазина	Дополнительные капитальные вложения (Дк) тыс. руб.
1	Гастроном	4,3
2	Молочный	3,9
3	Овощи-фрукты	4,1

Рассчитанные показатели свести в табл. 5 (для каждого варианта):

Таблица 5 - Результаты расчета показателей

Показатель	Значение показателей	
	При традиционных методах продажи товаров	При самообслуживании
Производительность труда работников		
Число относительно высвобождаемых при самообслуживании работников за счет повышения производительности труда		
Коэффициент использования площади торгового зала магазина самообслуживания		