Приложение 6

к рабочей программе

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры

Логистики и Коммерции

Методические рекомендации

по выполнению контрольной работы для заочной формы обучения

ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

по дисциплине

Организация и проектирование предприятий торговли, общественного питания и логистических компаний

ВВЕДЕНИЕ

Особую роль на современном этапе развития экономики играют знания торговли. Торговля – организатор рынка потребительских товаров, от качества работы ее специалистов зависит решение многих экономических и социальных проблем. Результаты деятельности этих категорий работников напрямую зависят от их теоретической подготовки. Отсюда вытекает необходимость изучения студентами торговых дисциплин. Специальная дисциплина «Организация и проектирование предприятий торговли, общественного питания и логистических компаний» представляет актуальность не только для коммерсантов и менеджеров торговли, но и для специалистов других сфер экономики. Интеграция других дисциплин («Экономика предприятия», «Коммерческая деятельность»), изучающихся в рамках учебного плана, дают возможность приблизить теоретическую подготовку студентов к потребностям меняющейся практики, дать им в руки инструмент, позволяющий повысить обоснованность решений в области как планово-экономической деятельности предприятий, так и в организационно-хозяйственной, подчинив их единым целям.

Развитие рыночных отношений вовлекло в торговую деятельность представителей разнообразных специальностей.

Содержание курса требует от студентов знаний общей экономической теории, статистики, математического моделирования, торгового оборудования и др.

Изучение курса происходит в виде теоретического (лекционного), практического (семинарского) циклов и самостоятельной работы, после чего принимается экзамен. Самостоятельная работа осуществляется студентами путем подготовки и написания контрольной работы по курсу «Организация и проектирование предприятий торговли, общественного питания и логистических компаний» в соответствии с предложенными вариантами. Вариант контрольной работы выбирается по начальным буквам фамилии студента.

|  |  |
| --- | --- |
| Начальная буква фамилии | задача |
| А | 1 |
| Б | 2 |
| В | 3 |
| Г | 4 |
| Д | 5 |
| Е | 1 |
| Ё | 2 |

|  |  |
| --- | --- |
| ж | 2 |
| 3 | 3 |
| и | 4 |
| к | 5 |
| л | 1 |
| м | 2 |
| н | 3 |
| 0 | 4 |
| п | 5 |
| р | 1 |
| с | 2 |
| т | 3 |
| у | 4 |
| ф | 5 |
| х | 1 |
| ц | 2 |
| ч | 3 |
| ш | 4 |
| щ | 5 |
| э | 1 |
| ю | 2 |
| Я | 3 |

При оценке контрольной работы большое значение придается со­держанию выводов, рекомендаций и пояснительной записке. Работа долж­на быть выполнена на сброшюрованных листах формата А4. Страницы должны быть пронумерованы, ответы написаны лаконично, кратко, четко, разборчиво, ответ на следующий вопрос начинается с новой страницы. Каждый во­прос контрольной работы должен иметь номер варианта, полный текст во­проса и условий. В конце контрольной работы обязателен список исполь­зованных литературных источников с указанием фамилий и инициалов ав­торов, наименования источника, названия издательства, места и года из­дания. Затем ставятся дата выполнения работы и подпись студента.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Контрольная работа по курсу «Организация и проектирование предприятий торговли, общественного питания и логистических компаний» выполняется студентами заочной формы обучения. Она является важным итогом изучения данной специальной дисциплины, являющейся профилирующей для избранной профессии.

Подготовка контрольной работы, ее написание требуют углубленного и творческого изучения студентами предмета, с одной стороны, и проявления элементов самостоятельного мышления, с другой.

Контрольная работа должна состоять из двух частей:

Первая часть – решение задачи, вторая часть – заполнение аналитической карты.

Кафедра обращает внимание на высокие требования, предъявляемые как к содержанию, так и оформлению контрольных работ по специальным дисциплинам. Эти требования базируются на единых правилах нормативных документов, разработанных для всех высших учебных заведений, в соответствии со стандартом.

2. ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Основные требования написания контрольной работы по курсу «Организация и проектирование предприятий торговли, общественного питания и логистических компаний» сводятся к следующему:

- Выполнение и написание контрольной работы начинается с составления плана. В нем выделяются введение, параграфы теоретической части, аналитический раздел и список литературы.

- Текст работы излагается самостоятельно. Студент не должен механически переписывать опубликованные в литературных источниках положения. Он должен показать не только знание материала, но и умение разбираться в нем, творчески использовать различные публикации.

- В работе должен присутствовать необходимый справочный аппарат: ссылки на источники, из которых используются цитаты, цифровые данные в тексте, таблицы, графики, список литературы, оформленный в соответствии с правилами библиографии.

- Контрольная работа может быть написана от руки либо, по возможности и желанию студента, напечатана. Работа должна быть логически последовательно, грамотно и аккуратно выполнена. Следует избегать повторений, противоречий между отдельными положениями, использование недостоверной фактологической или статистической информации.

- Весь объем контрольной работы должен составлять 12-15 страниц стандартного печатного текста.

- В конце контрольной работы указывается дата ее выполнения и ставится подпись студента.

Задание 1

ЗАДАЧА

Выявить влияние организационно-экономических факторов на эффективность работы непродовольственного магазина; рассчитать и сопоставить основные торгово-финансовые показатели магазина с традиционными методами продажи товаров и магазина самообслуживания; обосновать необходимость внедрения самообслуживания.

Условия задачи.

Вариант 1. Неспециализированные непродовольственные магазины

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Раз-делы | Показатели | При традиционных методах продажи товаров | При самообслужи-вании |
| 1 | Общая площадь магазина, м2 | 800 | 800 |
| Торговая площадь, м2 | 440 | 540 |
| В т.ч. площадь торгового зала | 400 | 500 |
| Неторговая площадь, м2 | 360 | 260 |
| 2 | Площадь торгового зала, занятая технологическим оборудованием, (установочная), % | 25 | 35 |
| Площадь, занятая узлами расчетов столами упаковки и т.д., % | 15 | 10 |
| Площадь основных и боковых проходов для покупателей в торговом зале,% | 60 | 55 |
| Расчетное количество покупателей, которые одновременно могут находиться в торговом зале, человек | 267 | 307 |
| Годовой товарооборот, млн.р. | 2400 | 3500 |
| 3 | Реализованные торговые надбавки в млн.р. |  |  |
| В % к товарообороту | 8,64 | 8,64 |
| Издержки обращения: |  |  |
| в млн.р. |  |  |
| В % к товарообороту | 6,94 | 6,72 |
| В том числе: |  |  |
| Заработная плата, млн.р. | 75,2 | 95,8 |
| в % к товарообороту |  |  |
| в % к издержкам обращения |  |  |
| Прибыль от торговой деятельности, млн.р. |  |  |
| Рентабельность, % |  |  |
| Общая числ.работников, человек | 80 | 81 |
| 4 | В том числе работников торгового зала, | 58 | 42 |
| из них: |  |  |
| Продавцов | 38 | 3 |
| Продавцов-консультантов | - | 15 |
| Контролеров-кассиров | - | 24 |
| Кассиров | 15 | - |
| Контролеров | 3 | - |

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Вид оборудования в зависимости от емкости | | | | | | | | | |
| 1 ярусные | 2-ярусные | 4-ярусные | 5-ярусные | Итого | 1 ярусные | 2-ярусные | 4-ярусные | 5-ярусные | Итого | |
| Кол-во единиц торгово-технологичес-кого технологического оборудования, шт | 9 | 8 | 33 | 46 | 96 | 17 | 20 | 69 | 85 | 191 | |
| Площадь основания единицы оборудования, м2 | 1,8 | 0,4 | 1,0 | - | - | - | - | - | - | - | |
| Экспозиционная площадь (выкладки) оборудования, м2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
| Коэффициент емкости единицы оборудования | 1,0 | 1,8 | 3,4 | 4,2 | - | - | - | - | - | - | |
| Количество единиц товара, размещенных на оборудовании в торговом зале, шт | 685 | 40 | 4030 | 12520 | - | 1296 | 100 | 8418 | 23120 |  | |
| Среднее кол-во единиц товара на 1 м2 экспозиционной площади, шт |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
| Товарный запас, выложенный в торговом зале, млн.р. | 21,5 | 0,5 | 46,7 | 41,9 | 110,6 | 40,7 | 1,2 | 97,4 | 77,4 | 216,7 | |
| Товарный запас в кладовых магазина, млн.руб. |  |  |  |  | 860 | - | - | - | - | 948 | |
| Доля запасов торгового зала в общей сумме запасов магазина,% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |

Варианты 2-5. Применительно к специализированным магазинам непродовольственного ассортимента

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Разде-лы | Показатели | Варианты | | | | | | | |
| Магазин 2 | | Магазин3 | | Магазин4 | | Магазин 5 | |
| тради-ции метод. продажи | само-обслу-живание | тради-ции метод. продажи | само-обслу-живание | тради-ции метод. продажи | само-обслу-живание | тради-ции метод. продажи | само-обслу-живание |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Общая площадь, м2 | 1600 | 160 | 1400 | 1400 | 600 | 600 | 700 | 700 |
| Торговая площадь,м2 | 850 | 900 | 740 | 820 | 306 | 356 | 360 | 420 |
| в т.ч. торговый зал,м2 | 800 | 900 | 700 | 780 | 300 | 350 | 350 | 410 |
| Неторговая площадь,м2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Площадь торгового зала, занятая техноло-гическим оборудова-нием (установочная)% | 28,2 | 35,4 | 22,6 | 25,4 | 24,5 | 31,5 | 25.3 | 28,1 |
| Площадь, занятая узлами расчета,столами упаковки и т.л., % | 18 | 13 | 19 | 18 | 9 | 11 | 8 | 9 |
| Площадь основных и боковых проходов для покупателей,% |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расчетное количество покупателей, которые одновременно могут находиться в торговом зале, человек |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Количество единиц торгового оборудования, шт. | 125 | 177 | 198 | 248 | 74 | 110 | 111 | 144 |
|  | Площадь основания единицы оборудования, | 1,8 | 1,8 | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 1,0 | 0,8 | 0,8 |
|  | Экспозиционная площадь выкладки оборудования, шт, м2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Коэффициент емкости оборудования | 1,0 | 1,0 | 3,4 | 3,4 | 4,2 | 4,2 | 3,4 | 3,4 |
|  | Количество единиц товара, расположенных на оборудовании в торговом зале, шт | 8875 | 12567 | 8712 | 10912 | 20572 | 30580 | 42180 | 54720 |
|  | Среднее кол-во единиц товара на 1 м2 экспозиционной площади |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Товарный запас в кладовых магазина, тыс.руб | 2647 | 2015 | 948,7 | 915,7 | 98,7 | 109,4 | 172,3 | 173,3 |
|  | Товарный запас, выложенный в торговом зале, млн.р. | 581 | 823,1 | 194,2 | 243,3 | 55,5 | 82,6 | 98,2 | 120,4 |
|  | Доля запасов в торговом зале в общей сумме запасов магазина,% |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Годовой товарооборот, млн.р | 9300 | 10450 | 3430 | 4535 | 890 | 1330 | 650 | 830 |
|  | Реализованные торговые надбавки: в млн.р в % к товарообороту | 15,8 | 15,9 | 15,0 | 18,6 | 18,6 | 18,6 | 18,5 | 18,6 |
|  | Издержки обращения в млн.р в % к товарообороту | 4,3 | 3,95 | 3,01 | 2,7 | 7.4 | 7,3 | 6,3 | 6,1 |
|  | В том числе заработная плата в тыс.руб. в % к товарообороту | 3,05 | 2,49 | 1,42 | 1,39 | 4,9 | 3,1 | 4,28 | 4,23 |
|  | В % к издержкам обращения |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Прибыль от торговой деятельности, млн.р. |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Рентабельность, в % |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Общая численность работников магазина человек | 125 | 106 | 80 | 68 | 40 | 33 | 46 | 37 |
|  | В том числе работников торгового зала | 70 | 54 | 47 | 35 | 28 | 16 | 32 | 18 |
|  | Из них: |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Продавцы | 58 | - | 37 | 3 | 22 | 2 | 23 | - |
|  | Продавцы-консультанты | - | 31 | - | 14 | - | 8 | - | 12 |
|  | Кассиры | 10 | - | 8 | - | 6 | - | 7 | - |
|  | Контролеры-кассиры | - | 23 | - | 18 | - | 12 | - | 6 |
|  | Контролеры | 2 | - | 2 | - | - |  | 2 | - |

Методика решения задачи

1. Вначале по условию задачи и варианту определяется процентное соотношение торговой и неторговой площадей, площади торгового зала и общей площади магазина, а также прирост площади торгового зала в магазине самообслуживания.

2. Определяются и сравниваются по двум типам магазинов площади под оборудованием ля проходов покупателей, их удельный вес в общей площади торговых залов, а также расчетное количество покупателей, которые одновременно могут находиться на площади проходов в торговом зале, из расчета 0,9 м2 на одного покупателя.

3. По условиям (табл2. – для 1 варианта и табл.3 – для вариантов 2-5) задачи рассчитываются и сравниваются экспозиционные площади. Для этого нужно умножить общее число единиц оборудования на площадь основания единицы оборудования и на коэффициент ее емкости, выражающий площадь всех плоскостных элементов оборудования (ярусов).

Далее, на основании приведенного общего количества единиц товара в торговом зале определяется среднее количество товарных единиц на один м2 экспозиционной площади и доля товарных запасов в торговом зале по каждому типу оборудования.

4. Рассчитываются основные показатели сравниваемых магазинов, рациональное использование их торговой площади и производительность труда работников. Расчет начинается с определения в сумме и в процентах: прироста товарооборота в целом по магазинам (товарооборота в расчете на один кв.м. площади торгового зала, на одного работника магазина, на одного работника торгового зала, на один рубль заработной платы. После этого рассчитываются суммы реализованных торговых надбавок и издержек обращения по их уровню, приведенному у условиях задачи.

5. Кроме того, требуется рассчитать следующее:

- уровень заработной платы в % к товарообороту;

- удельный вес заработной платы в общей сумме издержек обращения;

- сумму издержек обращения на один миллион рублей товарооборота;

- экономию заработной платы в сумме и в процентах к товарообороту по сравниваемым магазинам в перерасчете на достигнутый объем товарооборота;

- относительное сокращение общей численности персонала и торгового персонала путем последовательного деления товарооборота магазина самообслуживания на товарооборот, приходящийся на одного работника магазина с традиционными методами продажи товаров, и вычисления разницы в численности;

- сумму торговой прибыли и рентабельности по каждому магазину.

6. В заключение на основе рассчитанных по каждому разделу данных требуется обосновать целесообразность перевода магазинов, применяющих традиционные методы продажи товаров, на самообслуживание. При этом рекомендуется исходить из того, что увеличение площади торгового зала в магазине самообслуживания посредством улучшения планировки и некоторого уменьшения площади кладовых позволяет увеличивать пропускную способность магазина.

ЗАДАНИЕ 2

На основе изучения научно-правовых (приложение Б) и теоретических источников организации торговой деятельности самостоятельно выбирается объект (предприятия розничной торговли), дается краткая характеристика объекта и заполняется аналитическая карта (приложение А).

В краткой характеристике объекта следует указать:

1. Вид и тип предприятия.

2. Функциональная значимость.

3. Мощность (размер торговой площади).

4. Преобладающий метод продажи (в %).

5. Автоматизация и учет товародвижения и товарных запасов.

6. Уровень цен.

7. Объемно-планировочные особенности здания.

8. Основной контингент покупателей.

9. Характеристика планировки торгового зала.

10. Размещение и выкладка товарных категорий.

11. Реальный ассортимент товаров., в т.ч.

* по характеру удовлетворения;
* по широте охвата;
* по степени удовлетворения.

Показатели и свойства ассортимента (на основе точечного исследования);

Приложение А

АНАЛИТИЧЕСКАЯ КАРТА

Примерный перечень статей нормативных актов, определяющих правила деятельности и статей нормативных актов, определяющих ответственность за правонарушение в розничной торговле.

Объект (название и характеристика)

Сокращения: ФЗоЗПП – Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» (в ред. Федерального закона от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ, с изм и доп. 2016 г.) и т.д.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п | Объект проверки | Установленная норма\* | Санкции за нарушения\*\* |
| 1 | Вывеска |  |  |
| 2 | Отпуск товара полной мерой и весом (контрольная покупка) |  |  |
| 3 | Ассортиментный перечень товаров, услуг (или прейскурант) |  |  |
| 4 | Лицензия на право торговли подакцизными товарами |  |  |
| 5 | Информация для потребителей, *например:* |  |  |
|  | 1.Свидетельство о государственной регистрации |  |  |
|  | 2. Временный патент на право торговли |  |  |
|  | 3. Лицензия на право розничной торговли алкогольной продукцией |  |  |
|  | 4. Лицензия на право розничной торговли товарами, облагаемыми акцизным сбором: алкогольная продукция, кроме спирта |  |  |
|  | 5. Ассортиментный перечень |  |  |
|  | 6.Закон РФ «О защите прав потребителей» |  |  |
|  | 7. Правила продажи отдельных видов товаров |  |  |
|  | 8. Установленные сроки хранения продуктов питания в розничной торговле |  |  |
|  | 9. Телефоны вышестоящих организация (перечислить) |  |  |
| 6 | Ценники |  |  |
| 7 | Расчеты с потребителями через кассовые аппараты |  |  |
| 8 | Контрольные измерительные средства (весы, метры и т.д.) |  |  |
| 9 | Наличие документов о качестве и безопасности; содержащих сведения об изготовителе, продавце, поставщике товара, товаросопроводительные документы |  |  |
| 10 | Проверка правильности реализации отдельных видов товаров или услуг (по срокам годности; предварительной подготовки продовольственных товаров к продаже; предварительная подготовка непродовольственных товаров; по фасованным магазинным товарам; снабжение информацией о товаре) |  |  |
| 11 | Наличие книги замечаний и предложений |  |  |

*Примечание:* \*под установленной нормой подразумевается указание нормативного документа, определяющего структуру и содержание элементов исследования

\*\*указать нормативный документ, устанавливающий ответственность и размер штрафов за соответствующие нарушения ФЗоЗПП

Приложение Б

Перечень основных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих деятельность предприятий розничной торговли

1 Гражданский кодекс Российской Федерации.

2 Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли».

3 ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения». Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 28.06.2013 г. № 582-ст

4 Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования».

5 Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования».

6 Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51305-2009 «Услуги торговли. Требования к персоналу».

7 Санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов» (утв. Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 7 сентября 2001 г. № 23)

8 Федеральный закон от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт».

9 Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп. От 2015 г.)

10 Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» (в ред. Федерального закона от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ, с изм и доп. 2015 г.)

11 Федеральный закон от 22 апреля 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (с изм. и доп. от 2015 г.)

12 Федеральный закон от 07.01.1999г. № 18-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (с изм.от 2016 г.).

13 Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55«Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» (с изм. и доп. 2016 г.).

14 Постановление Правительства РФ от 10 ноября 2011 г. № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков» (с изм. и доп. 2016 г.).

15 Постановление Правительства РФ от 21 июля 1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам» (с изм. и доп, от 2012 г.).

16 Постановление Правительства РФ от 6 июня 1998 г. № 569 «Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами» (с изм. и доп, от 2012 г.).

17 Приказ Министерства торговли СССР от 23 июля 1973 г. № 139 «Инструкция о книге отзывов и предложений на предприятиях розничной торговли и общественного питания» (с изм. от 1995 г.).

18 Письмо Роскомстата от 13 марта 1995 г. № 1-304/32-2 «О порядке оформления ценников на реализуемые товары».

19 Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 20 декабря 2001 года N 195-ФЗ ( с изм. 2015г.).

### ПРИЛОЖЕНИЕ В

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО Уральский государственный экономический университет

Кафедра Логистики и коммерции

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине: Организация и проектирование предприятий торговли, общественного питания и логистических компаний

Вариант №

Исполнитель:

студентка группы ЗКД-19

Чертков А.Е. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

дата, подпись студента

Руководитель:

к.э.н., доцент Фадеева З.О.

Екатеринбург

2019 г.