

Дата	17.02.2023г.	Группа ТЭК 3/2
Дисциплина	ОП.01. Основы коммерческой деятельности	
Специальность	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
Тема занятия	Хозяйственный договор как документ, регламентирующий хозяйственную деятельность	
Вид занятия	лекция	
Цели занятия: <i>Дидактическая:</i> <i>Развивающая:</i> <i>Воспитательная:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- углубить и расширить знания и представления студентов по теме;</li> <li>- развивать творческий потенциал студентов;</li> <li>-развивать внимание, дисциплинированность, активность, коммуникабельность и умение работать в коллективе;</li> <li>- формировать интерес к выбранной профессии;</li> <li>-прививать чувство ответственности, бережливости, добросовестного отношения к своим обязанностям.</li> </ul>	

### Тема: Система услуг в розничной торговле

#### План

1. Понятие, классификация услуг в розничной торговле
2. Предпродажные, продажные и послепродажные услуги
3. Гарантийные и послегарантийные услуги

#### **Основная литература**

1. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник / Р.И. Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365с.
2. Барышев, А.Ф. Маркетинг [Текст]: учебник / А.Ф. Барышев. – 2-е изд., стер. – М.: издательский центр «Академия», 2003. – 208с.
3. Гражданский кодекс РФ с изменениями и дополнениями. – М., 2004.
4. Каплина, С.А. Организация коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие для студентов средних специальных учебных заведений / С.А. Каплина - Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 415с.

#### **Дополнительная литература**

1. Кругляков, Г.Н. Товароведение продовольственных товаров [Текст]: учебник / Г.Н.Кругляков, Г.В. Круглякова – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000. – 448с.
2. Понкратов, Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие / Ф.Г. Понкратов и др. – М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 248с.

#### **Интернет источники**

<https://www.kom-dir.ru/article/2562-tovarnye-zapasy>

#### **Домашнее задание:**

1. Составить и записать конспект лекции

Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки. Сделать фото или скрин конспекта и прислать на электронную почту: [lilya\\_polyakova\\_65@mail.ru](mailto:lilya_polyakova_65@mail.ru)

#### Лекция (2 часа)

1. Услуга розничной торговли — это результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи.

Услуги розничной торговли в соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 “Услуги торговли. Общие требования” включают в себя:

- 1) реализацию товаров (как на предприятиях торговли, так и вне их);
- 2) оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении;
- 3) информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- 4) дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

*Реализация товаров на предприятиях розничной торговли* включает в себя следующие основные операции:

- ознакомление покупателей с товарами;
- показ или демонстрацию товаров или образцов товаров покупателям;
- консультации покупателей;
- выбор товаров покупателями;
- организацию расчета за товары;
- упаковку купленных товаров;
- выдачу купленных товаров;
- доставку купленных товаров по заказу покупателей.

Реализацию товаров осуществляют на предприятиях торговли различных видов и типов с учетом их специфики и ассортимента товаров.

*Реализация товаров вне предприятий торговли* включает:

- реализацию товаров торговыми агентами;
- реализацию товаров дистанционным способом;
- реализацию товаров через торговые автоматы;
- развозную торговлю;
- разносную торговлю;
- другие формы интерактивной продажи.

К *услугам по оказанию помощи в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении* относят:

- прием и исполнение предварительных заказов на товары, имеющиеся в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);
- прием и исполнение предварительных заказов на товары, временно отсутствующие в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);
- комплектование заказов на товары и их упаковку;
- предоставление кабин для примерки товаров;
- организацию доставки товаров покупателям на дом или к месту заказа;
- упаковку купленных товаров;
- демонстрацию в действии принципиально новых товаров;
- демонстрацию моделей одежды;
- подгонку по фигуре покупателя и мелкую переделку купленной одежды, раскрой купленных тканей, подшив штор;
- организацию послепродажного обслуживания купленных товаров, в том числе организацию работ по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров на дому или в офисе у покупателя, услуги по сборке и установке мебели и других товаров;
- предоставление кабины или салона с оборудованием для прослушивания аудиокассет, просмотра продаваемых видеокассет, CD и DVD дисков и т. п.;
- растяжку купленных обуви и головных уборов;
- подгонку браслетов к часам.

К *информационно-консультационным (консалтинговым) услугам* относят:

- предоставление информации о товарах и их изготовителях, об оказываемых услугах, в том числе аудио- и видеосредствами;
- консультации специалистов по реализации товаров отдельных видов, в том числе по их назначению и применению;
- консультации дизайнеров по интерьеру, косметологов, диетологов и др.;

- услуги по рекламированию товаров, включая проведение рекламных презентаций товаров (показ товаров в действии, дегустация продовольственных товаров);
- организацию дегустаций новых продовольственных товаров;
- обучение покупателей правилам пользования технически сложными товарами на дому или в офисе;
- проведение выставок и ярмарок по продвижению и реализации товаров отдельных видов.

Предприятия торговли могут организовывать оказание дополнительных услуг, связанных с созданием удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров, например:

- организацию мест (зон) отдыха покупателей;
- организацию комнаты матери и ребенка;
- организацию досуга детей, в том числе детских игровых комнат;
- организацию справочных бюро (на крупных предприятиях торговли);
- организацию питания покупателей;
- реализацию продовольственных товаров с организацией потребления на месте;
- гарантированное хранение купленных товаров;
- гарантированное хранение вещей покупателей (услуги гардероба);
- предоставление организованной стоянки (парковки) для автомобилей покупателей и другие услуги;
- организацию стоянок такси на территории крупных торговых объектов;
- организацию оказания бытовых услуг и др.

2. Предпродажные услуги. Позволяют представить товар лицом, продемонстрировать все его преимущества. Это важный фактор конкурентоспособности промышленной продукции. Услуги, связанные с подготовкой товаров к продаже и собственно с продажей и привлечением покупателей, включают: подготовку товара к продаже, придание готовой продукции товарного вида (распаковку, монтаж, наладку и т.п.); разработку системы каталогов и прейскурантов; подгонку по размеру, демонстрацию продукции покупателям, обучение обращению с товаром; проведение испытаний, специальное исполнение изделия; технические и иные консультации покупателя; проявление личного внимания к покупателю; дегустацию (пищевой продукции); оформление (подарочная упаковка); измерение (ковров, тканей); организационные меры по реализации продукции и многое другое.

Послепродажные услуги. Включают все виды услуг, оказываемых покупателю от момента продажи продукции до ее утилизации: бесплатную доставку в надлежащие сроки; установку изделия, инструктаж по эксплуатации; продажу дополнительного или вспомогательного оборудования и устройств; систему расчетов (в кредит, на условиях лизинга); специальные финансовые условия (гарантия возврата денег и т.п.); страхование продукции; гарантийное обслуживание; обслуживание по договору (послегарантийное обслуживание); предоставление запасного оборудования в случае ремонта; наличие и предоставление запасных частей в течение всего срока службы изделия и многое другое.

Послепродажный сервис делится на гарантийный и послегарантийный по чисто формальному признаку: "бесплатно" или за плату производятся предусмотренные сервисным перечнем работы. Формален признак потому, что стоимость работы, запасных частей и материалов в гарантийный период входит или в продажную цену, или в иные (послегарантийные) услуги. Послепродажный сервис по общему правилу должен давать прибыли больше, чем продажа самого товара.

3. Гарантийный сервис. Заключается в своевременном осуществлении всех работ, от которых зависит бесперебойная эксплуатация техники. Гарантийное обслуживание осуществляется бесплатно (цена гарантийного сервиса включена в продажную цену товара). Важным аспектом предлагаемых услуг является вопрос о гарантиях. Коммерческая гарантия обычно является составной частью контракта на поставку, чаще всего гарантия предоставляется на год, хотя при определенных условиях она может быть продлена.

Послегарантийный сервис. Осуществляется за плату на договорной основе. В этот период (до прекращения эксплуатации) фирма-продавец может вести планово-предупредительный и капитальный ремонт, снабжать запчастями, давать консультации, проводить модернизацию, осуществлять дополнительное обучение

персонала. Все эти работы производятся на основании заключённого договора по согласованности, выполнение которого выгодно обеим сторонам, так как сокращаются простои оборудования, возрастает срок между капитальными ремонтами, снижается брак, повышается безопасность эксплуатации техники. Всё это поднимает престиж фирмы-производителя, позволяет ссылаться в рекламе на совершенно реальные примеры высококачественной работы, а продавцу приносит несомненные выгоды, так как усиливает его позицию надёжного поставщика по отношению к покупателям его продукции. Задача после гарантийного обслуживания - сократить поломки, увеличить межремонтные сроки, повысить безопасность эксплуатации, т.е. поддерживать в рабочем состоянии товары длительного пользования.

Таким образом, сервисное обслуживание и ремонт - это важнейшие ресурсосберегающие мероприятия, предусмотренные конструкциями современного оборудования. Во всех случаях фирма-производитель техники несёт полную ответственность за результаты сервиса и оказывает должную помощь своим агентам, которым переданы сервисные функции полностью или частично. Производители товаров и услуг должны обеспечивать предоставление сопряженного с их эксплуатацией сервиса, для чего выделяются услуги, ценность которых и качество предоставления имеют наибольшее значение для потребителей. Служба сервиса предприятия обеспечивает предпродажное (способствующее продвижению и увеличивающее ценность товаров) и послепродажное обслуживание (отдел обслуживания потребителей, техническое обслуживание и ремонт).

Преподаватель

И.А.Горденко