

**Учебная дисциплина:** Теоретические основы товароведения.

**Специальность:** Коммерция (по отраслям).

**Курс 2 Группа 21к**

**Преподаватель:** Ермолаева О.И.

**e-mail:** yermolayeva.olenka.83@mail.ru

Дата 01.11.2021г.

**Тема: Размещение товаров. Срок годности, хранение.**

**План занятия:**

1. Суть размещения товаров в торговом зале.
2. Понятие срока хранения.
3. Понятие срока годности.

Размещение и выкладка товаров в торговом зале существенно влияют на качество торгового обслуживания и эффективность работы магазина. Под *размещением* товаров понимают их распределение на площади торгового зала в соответствии с планом помещения, а под *выкладкой* — процесс расположения, укладки и показа товаров на торговом оборудовании.

**Размещение товаров.** При размещении товарных групп в торговом зале необходимо учитывать ассортимент реализуемых товаров и применяемые методы продажи каждой товарной группы, а также определенные правила установки торгово-технологического оборудования.

При продаже товаров через прилавок обслуживания покупателям предлагаются только образцы товаров, находящиеся за прилавком. Поэтому для них не имеет значения, как расположены товарные запасы, из которых продавец отпускает выбранные ими товары.

С внедрением самообслуживания место размещения товаров в торговом зале и площадь, отводимая для их выкладки, приобретают самостоятельное значение и оказывают прямое влияние на объем реализации.

Размещая товары, учитывают направление движения покупательских потоков, физико-химические свойства товаров и правила товарного соседства. Движение покупательского потока в магазинах самообслуживания начинается от входа в торговый зал магазина и направляется чаще всего против хода часовой стрелки. Следовательно, размещать товары необходимо так, чтобы обеспечить равномерное распределение потока покупателей по всему торговому залу.

При размещении товаров в торговом зале их стремятся подбирать по принципу комплексного потребления, взаимозаменяемости или по назначению. Это дает возможность покупателям совершать комплексные покупки, сокращает время их пребывания в магазине.

Каждая товарная группа получает свое определенное место, что позволяет постоянным покупателям магазина легко ориентироваться в торговом зале. Это имеет большое значение, поскольку именно постоянные покупатели приносят наибольшую прибыль магазину. Создание же благоприятных условий для

приобретения товаров, в том числе и за счет сокращения времени на их выбор при правильном размещении, позволяет увеличить число таких покупателей.

Если какой-либо товар временно отсутствует в продаже, это место должно быть заполнено другим, заменяющим его.

Товары повышенного спроса должны находиться в стороне от входа в магазин, в глубине торгового зала. Там же располагают товары, выбор которых занимает у покупателей много времени.

Близко к местам хранения размещают товары с высокой оборачиваемостью (хлеб и хлебобулочные изделия, молочные товары и др.).

Для продажи замороженных продуктов необходимо выделить зону вблизи контрольно-кассового узла.

Фасуемые в магазине товары желательно размещать вблизи от помещений, в которых происходит их подготовка к продаже.

Продажу продовольственных товаров, требующих нарезки, взвешивания и упаковки (мясные, рыбные и молочные продукты, овощи и др.), можно организовать через прилавок обслуживания.

Продовольственные товары размещают с соблюдением правил товарного соседства. Нельзя, например, выкладывать в одном холодильном прилавке рыбу и мясные продукты.

В универсальных магазинах, ассортимент которых состоит из продовольственных и непродовольственных товаров, для размещения этих товаров рекомендуется выделять отдельные зоны. Если такие зоны обособить не удастся, то на участке соприкосновения продовольственных и непродовольственных товаров размещают товары, нейтральные по своим свойствам (кухонная и хозяйственная посуда, столовые приборы и т. п.).

Отдельно на торцах островных горок или в специальных изолированных от основной массы товаров корзинах надо размещать товары, в силу своих физико-химических свойств вредно влияющие на остальные товары (например: хозяйственное мыло, средства для мытья посуды и т. п.).

Распределяя товары на площади торгового зала, важно также создать условия для его хорошего обзора работниками магазина с тем, чтобы они могли оперативно следить за своевременным пополнением товаров.

При размещении товаров в торговом зале необходимо максимально использовать площади, предназначенные для выкладки товаров. Например, в зоне контрольно-кассового узла обязательно следует устанавливать специальное оборудование (при- кассовые горки, стеллажи и т. п.) для продажи штучных кондитерских изделий, жевательной резинки, специй, табачных изделий и др. При этом необходимо делать акцент на товарах импульсивного спроса, желание приобрести которые возникает у покупателя внезапно.

## **Понятие срока хранения и его отличие от срока годности**

Срок хранения и [срок годности](#) одновременно обычно содержатся на продуктах питания. В качестве примеров можно привести мороженое, кофе, мед, макароны.

Понятия и отличительные черты сроков годности и сроков хранения прописаны в ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя».

Под сроком хранения понимается период времени, в течение которого продукты при соблюдении установленных условий их хранения не утрачивают своих потребительских свойств.

Такие свойства содержатся в нормативной и технической документации, которая различается в зависимости от типа товара. На протяжении срока хранения сохраняются вкус, консистенция, полезные свойства, аромат продукта (они остаются такими же, как и при выпуске товара, либо изменяются в допустимых пределах).

Срок хранения и дата производства обычно обозначаются конкретной датой, когда они истекают.

Под сроком годности понимается период времени, после которого продукт признается непригодным для употребления. Такое определение приводится в ст. 5 Закона о защите прав потребителей. [Потребительские товары](#) по истечении срока годности продаются на условии «без претензий».

Срок годности обычно обозначается конкретной датой. Например, фразами «годен до...», «употребить до...» с числом, месяцем. Постановление Правительства РФ от 1997 года №720 содержит перечень товаров, на которых нужно обязательно указывать срок годности. Это те товары, которые могут быть опасны по истечении срока годности: [медпрепараты](#), продукты питания, химические вещества, батарейки, пиротехника и пр.

Например, по истечении срока хранения мед может потемнеть и засахариться, но он остается полезным и безопасным для употребления. Но после истечения срока годности лакомства его не стоит употреблять в пищу.

Подобная ситуация складывается и по отношению к бытовой химии. Например, сроки хранения жидкости для очистки инжектора, заливаемой в бензобак, составляет полгода. Если условия хранения соблюдались, то все характеристики жидкости будут соответствовать новой. Но по окончании срока хранения может поменяться цвет и запах жидкости, эффективность ее использования. Но ее все еще можно будет применять по своему прямому назначению. Тогда как после истечения срока годности эта жидкость может только навредить двигателю.

Срок хранения может быть установлен равным сроку годности или быть меньше последнего. Например, срок хранения молока составляет 5 дней. После чего его также можно использовать в пищу, но не позднее 12 дня, когда истекает срок годности.

Также существует срок реализации, который определяет временной промежуток для предложения товара потребителю. Обычно при установке срока реализации учитывается некий временной запас, чтобы покупателю не пришлось съесть покупку уже сразу после ее оплаты на кассе.

Нужно понимать, что **срок хранения многих продуктов можно как увеличить, так и уменьшить**. Например, если не хранить лекарства в темном сухом месте, то они быстрее утратят свои свойства.

**Задание:** Ознакомиться с материалом и сделать краткий конспект. Приготовиться к устному опросу.