

Organizowanie sprzedaży. Część 2

Organizacja i techniki sprzedaży

Donata Andrzejczak
Agnieszka Mikina
Beata Rzeźnik
Maria Wajner

Kwalifikacja A.18.1

Podręcznik do nauki zawodu

**TECHNIK HANDLOWIEC
SPRZEDAWCA
TECHNIK KSIĘGARSTWA**



Podręcznik dopuszczony do użytku szkolnego przez ministra właściwego do spraw oświaty i wychowania i wpisany do wykazu podręczników przeznaczonych do kształcenia w zawodach na podstawie opinii rzeczoznawców: **dr Izabeli Kraśnickiej-Wilk**, **mgr Małgorzaty Stankowskiej**, **mgr Marianny Biernacik-Bartkiewicz**.

Typ szkoły: **technikum, zasadnicza szkoła zawodowa**.

Zawody: **technik handlowiec, technik księgarstwa, sprzedawca**.

Kwalifikacja: **A.18. Prowadzenie sprzedaży**.

Część kwalifikacji: **1. Organizowanie sprzedaży**.

Rok dopuszczenia: 2013.

© Copyright by Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne sp. z o.o.

Warszawa 2013

Wydanie I (2013)

ISBN 978-83-02-13606-1 (część 2)

ISBN 978-83-02-13607-8 (całość)

Opracowanie merytoryczne i redakcyjne: **Barbara Jaworska** (redaktor koordynator), **Barbara Wróblewska** (redaktor merytoryczny), **Agnieszka Wiąckowska** (tłumaczenie podstawowych pojęć na jęz. angielski), **Magdalena Wessel-Zasadzka** (tłumaczenie podstawowych pojęć na jęz. niemiecki)

Konsultacje: **Monika Knap**

Redakcja językowa: **Lucyna Lewandowska, Izabela Majewska**

Redakcja techniczna: **Anna Popiel**

Projekt okładki: **Grafos**

Zdjęcie na okładce: **wavebreakmedia/Shutterstock.com**

Fotoedycja: **Agata Bażyńska**

Skład i łamanie: **KP Studio Katarzyna Pogrzebska**

Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

00-807 Warszawa, Aleje Jerozolimskie 96

Tel.: 22 576 25 00

Infolinia: 801 220 555

www.wsip.pl

Druk i oprawa: **TOTEM s.c.**

Publikacja, którą nabyłeś, jest dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, abyś przestrzegał praw, jakie im przysługują. Jej zawartość możesz udostępnić nieodpłatnie osobom bliskim lub osobiście znanym. Ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz jej fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A kopiując jej część, rób to jedynie na użytek osobisty.



Szanujemy cudzą własność i prawo.

Więcej na www.legalnakultura.pl

Polska Izba Książki

Wstęp	8
-------------	---

I. Obiekty handlowe, ich zagospodarowanie i funkcje

1 Obiekty handlowe	10
1.1. Obiekty handlowe	10
1.2. Funkcje obiektów handlowych	10
1.3. Klasyfikacje obiektów handlowych	11
2 Podstawowe pojęcia dotyczące obiektów handlu detalicznego	13
2.1. Charakterystyka obiektów handlowych	13
2.2. Części obiektów handlowych	13
3 Funkcjonowanie sklepu w otoczeniu	16
3.1. Otoczenie placówki handlowej	16
3.2. Elementy wyróżniające placówkę handlową w otoczeniu	16
4 Wnętrze sklepu	21
4.1. Zasady planowania powierzchni i wyposażenia sklepu	21
4.2. Podział powierzchni obiektu handlowego	21
4.3. Czynniki budujące atmosferę pomieszczenia	22
4.4. Kolorystyka wnętrza sklepu	22
4.5. Oświetlenie wnętrza sklepu	23
4.6. Nagłośnienie we wnętrzu sklepowym	25
4.7. Urządzenia i sprzęt zabezpieczający w placówce handlowej	25
4.8. Materiały wykończeniowe a klimat sklepu	26
5 Zasady rozplanowania powierzchni zaplecza	28
5.1. Zaplecze sklepowe	28
6 Magazyny handlowe	31
6.1. Magazyny handlowe	31
6.2. Funkcje magazynów handlowych	32
6.3. Rodzaje magazynów handlowych	33
6.4. Lokalizacja magazynów hurtowych	35
7 Zagospodarowanie magazynów handlowych	37
7.1. Magazyny handlowe	37
7.2. Podstawowe zasady organizacji pracy w magazynach	37
7.3. Zagospodarowanie przestrzeni magazynowej	38
7.4. Rozmieszczenie towarów w magazynie	39
7.5. Zasady rozmieszczania i przechowywania towarów w magazynie	41
7.6. Zasady wydawania towarów z magazynu	42
8 Meble i urządzenia magazynowe	44
8.1. Podstawowe zasady doboru wyposażenia magazynu	44
8.2. Wyposażenie magazynu w placówce handlowej	44
8.3. Regały magazynowe	45
8.4. Urządzenia chłodnicze i zamrażające	47
8.5. Techniczne wyposażenie magazynu	47
8.6. Inne elementy wyposażenia zaplecza	49

II. Zaopatrzenie punktów sprzedaży

9 Czynniki decydujące o wielkości i strukturze zaopatrzenia	54
9.1. Oferta placówki handlowej a potrzeby klientów	54
9.2. Czynniki kształtujące ofertę placówki handlowej	54
10 Popyt	58
10.1. Popyt i potrzeby ludzkie	58
10.2. Czynniki kształtujące popyt	60

11	Rodzaje popytu	65
11.1.	Rodzaje popytu	65
12	Zaopatrzenie placówki handlowej	68
12.1.	Zaopatrzenie jako podstawa sukcesu rynkowego	68
12.2.	Źródła zaopatrzenia placówki handlowej	68
12.3.	Czynniki decydujące o zakupie towarów	70
12.4.	Czynniki wpływające na wybór źródeł zaopatrzenia	72
13	Zamawianie towarów	76
13.1.	Procedury zamawiania towarów	76
13.2.	Harmonogram dostaw	79
13.3.	Zasady zaopatrzenia placówek handlowych	81
14	Dokumentowanie zamawiania towarów	83
14.1.	Etapy realizacji zaopatrzenia	83
15	Organizacja przyjmowania towarów	88
15.1.	Organizacja dostaw	88
15.2.	Dokumentacja związana z przyjęciem towarów	88
15.3.	Odbiór ilościowy i jakościowy	93
15.4.	Reklamacje związane z dostawą towarów do punktu sprzedaży detalicznej	99

III. Przygotowanie towarów do sprzedaży

16	Jakość towarów	104
16.1.	Wartość użytkowa towarów	104
16.2.	Jakość towarów	106
16.3.	Cechy towaru decydujące o jego jakości	107
16.4.	Czynniki mające wpływ na jakość towarów sprzedawanych w placówkach handlowych	108
17	Jakość zdrowotna żywności	110
17.1.	Bezpieczeństwo zdrowotne żywności	110
17.2.	System HACCP	111
17.3.	Zasady systemu HACCP	114
17.4.	Zasady przechowywania żywności w magazynie	116
17.5.	Zasady sprzedaży żywności	117
17.6.	Wdrażanie systemu HACCP w małych przedsiębiorstwach handlowych	118
18	Znaki jakości	121
18.1.	Znaki jakości umieszczane na opakowaniach towarów	121
19	Magazynowanie towarów w placówce handlowej	128
19.1.	Przechowywanie artykułów żywnościowych	128
19.2.	Zasady przechowywania artykułów żywnościowych w placówkach handlowych	128
19.3.	Czynniki wpływające na przechowywanie artykułów spożywczych	129
19.4.	Wpływ warunków przechowywania artykułów żywnościowych na ich właściwości	131
19.5.	Przechowywanie artykułów nieżywnościowych	134
19.6.	Postępowanie z towarami wadliwymi, zepsutymi i uszkodzonymi	135
20	Normy i normalizacja	137
20.1.	Normy i normalizacja – podstawowe pojęcia	137
20.2.	Organizacje normalizacyjne	139
20.3.	Budowa i numeracja norm	139
21	Konserwowanie żywności	141
21.1.	Metody konserwowania żywności	141
21.2.	Metody termiczne	142
21.3.	Metody osmoaktywne, chemiczne i biologiczne	146

IV. Organizowanie sprzedaży towarów

22	Formy sprzedaży	152
	22.1. Formy obsługi klientów	152
	22.2. Sprzedaż tradycyjna	152
	22.3. Sprzedaż nowoczesna	153
	22.4. Specjalne formy sprzedaży	156
	22.5. Obsługa pośrednia klientów	158
23	Zasady rozplanowania przestrzeni sali sprzedażowej w różnych formach sprzedaży	162
	23.1. Podstawowe zasady rozplanowania sali sprzedażowej	162
24	Wyposażenie sali sprzedażowej	168
	24.1. Podstawowe zasady doboru wyposażenia sali sprzedażowej	168
	24.2. Meble sklepowe	168
	24.3. Urządzenia sklepowe	169
25	Charakterystyka mebli sklepowych	171
	25.1. Lamy sklepowe	171
	25.2. Regały sklepowe	171
	25.3. Gabloty	172
	25.4. Stragany warzywne	173
	25.5. Systemy konfekcyjne	173
26	Charakterystyka urządzeń sklepowych	175
	26.1. Urządzenia chłodnicze i zamrażające	175
	26.2. Urządzenia porcjujące	177
27	Wyposażenie i urządzenia pomocnicze	180
28	Rozmieszczenie towarów, czyli <i>merchandising</i> w sklepie	183
	28.1. <i>Merchandising</i>	183
	28.2. Zachowania klientów w sklepie	185
29	Strefowość rozmieszczania towarów w sklepie	188
	29.1. Strefy rozmieszczania towarów	188
	29.2. Strefa wejściowa	188
	29.3. Strefa ekspozycji promocyjnych	189
	29.4. Strefa ekspozycji stałych	189
	29.5. Strefa wyboru	189
	29.6. Strefa obsługi klienta	190
	29.7. Strefa kas	190
	29.8. Strefa wyjścia	190
30	Zasady ekspozycji towarów w sklepie	192
	30.1. Zasady aranżacji wnętrz sklepowych	192
	30.2. Zasady ekspozycji towarów na meblach i urządzeniach ekspozycyjnych	193
31	<i>Visual merchandising</i>	200
	31.1. <i>Visual merchandising</i>	200
	31.2. Zasady <i>visual merchandisingu</i> towarów	201
	31.3. Informacja w placówce handlowej	203
	31.4. Zasady aranżacji wnętrz w księgarniach i punktach sprzedaży wydawnictw książkowych	206

V. Ceny towarów

32	Rodzaje i struktura cen	214
	32.1. Rodzaje cen	214
	32.2. Podatek VAT	216

33	Rodzaje marż handlowych	219
33.1.	Pojęcie marży	219
33.2.	Metody obliczania cen i marż	224
34	Sposoby kształtowania cen	224
34.1.	Czynniki wpływające na wysokość ceny sprzedaży	224
34.2.	Strategie i techniki ustalania cen	224
35	Odliczenia od cen	227
35.1.	Bonifikata i rabat	227
35.2.	Skonto	229

VI. Gospodarowanie opakowaniami w placówce handlowej

36	Pojęcie i funkcje opakowań	236
36.1.	Cel stosowania opakowań	236
36.2.	Funkcje opakowań	237
37	Klasyfikacja opakowań	240
37.1.	Klasyfikacja opakowań	240
38	Wprowadzanie opakowań do obrotu handlowego	244
38.1.	Odpady opakowaniowe	244
38.2.	Opakowania a ochrona środowiska	244
39	Oznaczanie opakowań	247
39.1.	Etykiety	247
39.2.	Zasady oznaczania produktów	248
39.3.	Oznaczanie artykułów żywnościowych	249
39.4.	Oznaczanie zabawek	252

VII. Zabezpieczenie towarów w placówce handlowej

40	Zapasy towarowe	256
40.1.	Pojęcie i rodzaje zapasów towarowych	256
40.2.	Wielkość zapasów w placówkach handlowych	259
40.3.	Ustalanie wielkości zapasów niezbędnych dla prawidłowego funkcjonowania placówki handlowej	260
41	Gospodarowanie zapasami	265
41.1.	Rotacja zapasów towarowych	265
41.2.	Ustalanie wielkości zapotrzebowania na towary	268
41.3.	Racjonalne gospodarowanie zapasami	269
42	Inwentaryzacja	271
42.1.	Cel inwentaryzacji	271
42.2.	Metody przeprowadzania inwentaryzacji	273
42.3.	Rodzaje inwentaryzacji	274
42.4.	Etapy inwentaryzacji	275
43	Rozliczanie inwentaryzacji	278
43.1.	Różnice inwentaryzacyjne	278
43.2.	Rozliczanie niedoborów i nadwyżek	280
43.3.	Protokół różnic inwentaryzacyjnych	281
44	Odpowiedzialność pracowników przedsiębiorstw handlowych	284
44.1.	Odpowiedzialność pracownicza	284
44.2.	Odpowiedzialność porządkowa pracowników	285
44.3.	Odpowiedzialność dyscyplinarna	286
44.4.	Odpowiedzialność materialna pracownika placówki handlowej	286
44.5.	Odpowiedzialność karna	289

44.6. Odpowiedzialność karno-wykroczeniowa	290
44.7. Odpowiedzialność cywilna	290
45 Straty w placówkach handlowych	293
45.1. Straty w placówkach handlowych i ich podstawowe przyczyny	293
45.2. Skutki strat w przedsiębiorstwach handlowych	296
46 Niedobory towarowe	298
46.1. Niedobory towarowe i ich rodzaje	298
46.2. Limity ubytków	300
47 Zabezpieczanie mienia	304
47.1. Przyczyny strat nadzwyczajnych w placówkach handlowych	304
47.2. Systemy zabezpieczeń placówek handlowych	304
47.3. Systemy zabezpieczeń towarów przed kradzieżą	305
47.4. Zapewnianie bezpieczeństwa klientom	306
47.5. Systemy monitoringu	307
Sprawdź swoje wiadomości i umiejętności – odpowiedzi	311
Wykaz podstawowych pojęć w językach polskim, angielskim i niemieckim	312
Literatura	316
Źródła ilustracji i fotografii	317