**Информационный лист № 1.**

**Розничный магазин.**

**Магазин** —специально [оборудованное](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5)  [здание](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) ,предназначенное для [розничной продажи](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F) [товаров](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80) и услуг покупателям.

Слово было образовано из арабского слова во множественном числе [«амбары»](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BC%D0%B1%D0%B0%D1%80), [«склады»](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4). В этом же смысле это слово попало из французского языка (*magasin*, *magazin*) в русский язык.

Розничная торговля – торговля товарами народного потребления, как правило, за наличный расчет через розничные магазины для удовлетворения личных потребностей населения. В розничной торговле товары переходят в собственность потребителя из рук в руки в прямом смысле этого слова.

История розничной торговли уходит в далёкое прошлое. Со времён зарождения материальных отношений люди [обменивались](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%BD) товарами и услугами.  До появления купечества натуральные обмены проходили редко и носили в основном случайный характер. С появлением купечества и постоянной доставкой купцами "заморских" товаров на внутренний рынок, розничные обмены внутри общин стали развиваться. Купцы стали нанимать себе розничных продавцов. С этого момента началась история возникновения розничной торговли. Набрав определенную силу, розничная торговля окончательно отделилась от купечества. Торговцы розничной торговли с точки зрения покупателя, стали называться продавцами.

  Первой формой розничной торговли была торговля на [рыночных площадях](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%80). В 15-16 веках в Москве были рынки, которые работали каждый день. В это же время появились прообразы розничных магазинов Москвы – Гостиные Ряды. Торговые ряды были упорядочены, и каждый из них был специализирован на продаже какого-то одного вида товаров. Именно торговые ряды были местом, где процветала розничная торговля. Например, в Охотном ряду можно было купить дичь, в рыбном – рыбу и так далее.

 Постепенно появилась передвижная торговля, но развивалась она достаточно слабо. Надо отметить, что в те времена продавать и покупать можно было только в специально отведенных для этого районах города. Это сейчас Магазины в Москве встречаются практически на каждой улице, а в прошлом лишь в годы правления императрицы Екатерины II эта сфера деятельности была выпущена за рамки Торговых рядов.

Указ императрицы дал толчок бурному развитию торговли в городе. На улицах Кузнецкий мост или Тверская открылось множество лавок и магазинов, которые большей частью принадлежали иностранцам, а именно – французам. Вторая половина века вошла в историю и тем, что в Москве впервые открылись магазины в домах купцов, а в 1797 году вышел указ, разрешающий открывать лавки в жилых домах, если у них имеются витрины.

По окончании Отечественной войны 1812 года большинство уцелевших модных магазинов перешли из рук французских владельцев к русским, а вывески на французском языке были запрещены. Но шло время, и уже в 19 веке заграничные модные товары и их владельцы снова вышли на рынок Москвы. Так происходила эволюция московских магазинов, от Торговых рядов к современным ТЦ и бутикам.

В магазине, как и на рынке, непосредственно, лицом к лицу, встречаются продавец и покупатель.

Розничный торговец — это организация или отдельное лицо, основным видом деятельности которых, является розничная торговля.

Магазин розничной торговли предназначен для продажи товаров населению.

**Основными задачами розничного магазина являются:**

1. удовлетворение спроса населения, как по ассортименту, так и по качеству товаров;
2. организация соответствующего уровня обслуживания покупателей с предоставлением разнообразных услуг.

**Основные торговые функции магазинов следующие:**

1. изучение покупательского спроса на товары;
2. составление заявок на завоз товаров;
3. формирование ассортимента товаров;
4. реклама товаров и услуг.

**Типы розничных магазинов.**

**Розничные магазины**бывают различных типов и размеров и классифицируются по разным признакам.

**I .В зависимости от предлагаемого ассортимента** розничные магазины классифицируются на специализированные магазины и универсальные (универмаги, универсамы, супермаркеты).

**Специализированный магазин** характеризуется небольшим разнообразием представленных товарных групп, но с богатым ассортиментом внутри каждой товарной группы, торгуют определенным товаром. Например: предметы культурно-бытового назначения (школьные, канцелярские, музыкальные, фото-, радио- и спорттовары);

1. **Специализированные розничные магазины** осуществляют продажу целой группы товаров (обувь, ткани, рыба, кондитерские товары). К таким предприятиям могут быть отнесены магазины «Мебель», «Хозяйственные товары» и т.п.
2. **Специализированные розничные магазины** включающие товары многих товарных групп (мебель, электротовары, бытовые машины, хозтовары). Например: «Все для дома», «Товары для детей» и т.д.
3. **Узкоспециализированные розничные магазины** – это магазины, в которых реализуется один какой-либо товар (сорочки, носки, хлеб, молоко), например магазины «Хлеб», «Колбасы».

**Универсальный магазин** (сокр. **универмаг**) — крупный [магазин](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD), осуществляющий [торговлю](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F) широким [ассортиментом](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82) продовольственных и/или промышленных [товаров](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80). Чаще всего универсальные магазины располагаются в отдельно стоящих [зданиях](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F) или [торговых центрах](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80). Наличие в универмаге большого ассортимента товаров даёт возможность покупателям приобрести в одном магазине все необходимые товары, что упрощает и ускоряет процесс покупки.

1. **Универмаг** — торговый объект, реализующий главным образом непродовольственные товары универсального ассортимента различными методами продажи. **Универмаг** характеризуется большим разнообразием представленных товарных групп, каждая из которых продается в специализированном отделе во главе с продавцом.
2. **Универсам (супермаркет)** — торговый объект, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары массового спроса. Это большой магазин самообслуживания, характеризующийся большим объемом продаж, низкими издержками и ценами. Например «Карусель», «Магнит».
3. **Торговый центр** — совокупность розничных торговых объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров: предметы одежды, обувь, туалетные принадлежности, ткани, обувь, трикотаж, галантерея, парфюмерия, и оказывается широкий набор услуг, расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое. Например: «Икея», «Фантастика», «Республика» и т.д.

**II. По уровню предоставляемых услуг** они подразделяются на магазины самообслуживания, магазины с ограниченным обслуживанием, магазины с полным обслуживанием.

**1. В магазинах самообслуживания** покупатели самостоятельно, не пользуясь услугами продавцов, на основе сравнения товаров различных производителей осуществляют их отбор. Это дает им возможность покупать товары по более низким ценам.

 **2. Магазин с ограниченным обслуживанием**– это магазин, в котором покупателю при покупке оказывается определенная помощь, например, предоставляется информация о товарах. Возможно оказание дополнительных услуг, например, предоставление кредита.

 **3. Магазин с полным обслуживанием** характеризуется тем, что покупателю оказывается помощь на каждом этапе процесса покупки товара, включая возможный возврат товара, предоставление кредита, бесплатную доставку товара, услуги на дому и др. Все это выливается в более высокие цены.

Розничные магазины обеспечивают возможность быстро, удобно, с минимальной затратой сил и времени, приобретать нужные товары и услуги в условиях свободного выбора из широкого и глубокого ассортимента, недалеко от места работы и жилья, в удобном количестве. Также повышается культура обслуживания населения, создается максимальные удобства для покупателей и сокращается время на приобретение товаров.

**Список использованной литературы.**

1. Герчикова И. Н. «Менеджмент» «Юнити», 2000г.
2. Жуспекова А. К. «Розничная и оптовая торговля», 2000г.
3. Дашков Л.П. «Коммерция и технология торговли», 2002г.
4. Каплина С.А. «Технология оптовой и розничной торговли», 2002г.
5. Кондрашов В. М. «Менеджмент продаж», 2007г.
6. Пакратов Ф. П. «Коммерческая деятельность», 2006г.
7. Раицкий К. А. «Экономика предприятия», 2002г.
8. Соломатина А.Н. «Экономика и организация деятельности торгового предприятия», 2000г .
9. Платонов В. Н. «Организация торговли», 2002г.