

Spis treści

WSTĘP	7
Historia handlu	8
1. STRUKTURA HANDLU	9
1.1. Znaczenie działalności handlowej	9
1.2. Klasyfikacja i zadania handlu	11
1.2.1. Klasyfikacja handlu	11
1.2.2. Handel detaliczny	13
1.2.3. Handel hurtowy	15
1.2.4. Handel elektroniczny	17
1.2.5. Zadania handlu	18
1.3. Funkcje przedsiębiorstw handlowych	21
1.4. Klasyfikacja przedsiębiorstw handlowych	22
1.4.1. Jednoosobowe przedsiębiorstwo osoby fizycznej	23
1.4.2. Przedsiębiorstwo spółdzielcze	25
1.4.3. Spółki	26
1.5. Organizacyjna wewnętrzna przedsiębiorstwa handlowego	29
1.6. Punkt sprzedaży detalicznej, sieć handlowa, sklep	30
1.7. Klasyfikacja oraz charakterystyka punktów sprzedaży detalicznej	31
1.8. Handel drobnodetaliczny	35
1.9. Magazyny przedsiębiorstw handlowych	39
1.10. Pojęcie „asortyment towarowy”	41
1.11. Klasyfikacja asortymentu towarowego	43
1.12. Specjalizacja i uniwersalizacja asortymentu towarowego	45
Test – Dział I	48
2. ZASADY PLANOWANIA I WYPOSAŻENIA PUNKTÓW SPRZEDAŻY	51
2.1. Wymagania dotyczące lokali sklepowych	51
2.2. Wygląd zewnętrzny lokalu sklepowego	52
2.2.1. Zabezpieczenie okien wystawowych	55
2.2.4. Usytuowania wystawy sklepowej	57
2.3. Zasady i systemy planowania wnętrza sklepu	58
2.3.1. Rozplanowanie wnętrza sklepu tradycyjnego	58
2.3.2. Rozplanowanie wnętrza sklepu preselekcyjnego	60
2.3.3. Rozplanowanie wnętrza sklepu samoobsługowego	61
2.3.4. Wyznaczanie dróg komunikacyjnych w sklepie samoobsługowym	63
2.4. Wyposażanie punktów sprzedaży detalicznej	64
2.4.1. Meble sprzedażowe	66

2.4.2. Urządzenia kasowe	69
2.4.3. Urządzenia chłodnicze	73
2.4.4. Urządzenia wagowe	77
2.4.5. Wyposażenie pomocnicze	78
2.4.6. Oświetlenie sklepu	83
2.4.7. Wyposażanie zaplecza lokalu sklepowego	84
2.5. Zasady rozplanowania powierzchni magazynów hurtowych	86
2.6. Wyposażenie magazynów hurtowych	87
Test – Dział II	91
3. ORGANIZACJA PRACY	93
3.1. Zasady organizacji pracy w sklepie	93
3.1.1. Istota organizacji pracy	93
3.1.2. Zasady organizacji pracy	95
3.2. Podział pracy w punktach sprzedaży detalicznej	96
3.2.1. Zakres czynności sprzedawcy	96
3.3. Organizacja pracy sprzedawcy i kasjera	98
3.3.1. Organizacja miejsca pracy sprzedawcy	98
3.3.2. Organizacja pracy kasjera	99
3.4. Harmonogram pracy w sklepie	100
3.4.1. Harmonogram pracy w sklepie mięsnym	101
Test – Dział III	104
4. ZAOPATRZENIE PUNKTÓW SPRZEDAŻY	106
4.1. Popyt na towary	106
4.2. Rodzaje popytu konsumpcyjnego	107
4.3. Czynniki wpływające na kształtowanie popytu konsumpcyjnego	109
4.3.1. Artykuły substytucyjne i komplementarne a popyt konsumpcyjny	111
4.3.2. Równowaga na rynku	111
4.4. Metody badania popytu na towary	113
4.4.1. Wywiad z klientem	114
4.4.2. Ankieta	115
4.4.3. Analiza dokumentów sprzedaży	117
4.5. Źródła zakupu towarów, czynniki wpływające na ich wybór	119
4.6. Zamawianie towarów	121
4.7. Zasady zaopatrzenia w towary	123
4.8. Harmonogram dostaw	124
4.9. Wpływ sprzedaży akwizycyjnej na zaopatrzenie punktów sprzedaży detalicznej	125
4.10. Organizacja przyjmowania towarów	127
4.11. Dokumentacja związana z dostawą towaru	128
4.12. Technika odbioru ilościowego i jakościowego	131
4.12.1. Technika odbioru ilościowego	131
4.12.2. Technika odbioru jakościowego	132

4.13. Reklamacje związane z przyjmowaniem towaru w punktach sprzedaży detalicznej	133
Test – Dział IV	136
5. PROMOCJA TOWARÓW	138
5.1. Znaczenie i cele promocji	138
5.1.1. Istota marketingu-mix	138
5.1.2. Logo firmy	141
5.1.3. Funkcja reklamowa opakowania towaru	143
5.1.4. Segmentacja rynku	144
5.2. Promocja jako element w mix marketingu	145
5.3. Strategia promocji	146
5.4. Narzędzia promocji	147
5.4.1. Reklama jako narzędzie promocji w mix marketingu	147
5.4.2. <i>Public relations</i> i aktywizacja sprzedaży	150
5.4.3. Sprzedaż osobista	151
5.4.4. Tożsamość przedsiębiorstwa	153
5.5. Środki i formy reklamy	154
5.6. Reklama w punkcie sprzedaży	158
5.6.1. Kalkulacja wydatków działalności reklamowej	159
5.7. Etyka w reklamie	160
Test – Dział V	164
6. ZASADY ROZMIESZCZANIA TOWARÓW	166
6.1. Zasady rozmieszczenia towarów w sali sprzedażowej i na zapleczu sklepu	166
6.1.1. Zasady rozmieszczenia towarów w sali sprzedażowej	166
6.1.2. Zasady rozmieszczenia towarów na zapleczu sklepu	167
6.2. Strefowość rozmieszczenia towarów w sali sprzedażowej	168
6.3. Zasady ekspozycji towarów na meblach i urządzeniach ekspozycyjnych	170
6.3.1. Rozmieszczenie towarów w sklepie tradycyjnym i samoobsługowym	170
6.4. Pokrewieństwo handlowe	172
6.5. Zapasy towarowe, rotacja i gospodarka zapasami	173
6.5.1. Zapasy towarowe	173
6.5.2. Czynniki wpływające na wielkość zapasów w sklepie	174
6.5.3. Metody obliczania zapasu przeciętnego	175
6.5.4. Wskaźniki rotacji	177
6.6. Klasyfikacja niedoborów towarowych	179
6.7. Limit ubytków towarowych	180
6.8. Metody zmniejszania ubytków towarowych	182
6.9. Inwentaryzacja w handlu	183
6.10. Rozliczenie inwentaryzacji	184
Test – Dział VI	188

7. OCHRONA MIENIA	190
7.1. Odpowiedzialność materialna, porządkowa i karna pracowników	190
7.1.1. Odpowiedzialność za mienie powierzone pracownikowi	190
7.1.2. Odpowiedzialność pracownika za szkodę wyrządzoną pracodawcy	191
7.1.3. Odpowiedzialność porządkowa pracowników	192
7.1.4. Umowa o wspólnej odpowiedzialności materialnej	194
7.1.5. Odpowiedzialność karna pracowników	195
7.2. Przyczyna strat w punktach sprzedaży.	195
7.3. Sposoby zapobiegania kradzieżom w punktach sprzedaży	196
7.4. Warunki ubezpieczenia punktów sprzedaży	200
Test – Dział VII	204
Słowniczek:	206
Bibliografia:	208