

Учебное пособие

# КОНТРОЛЬ ПОТЕРЬ В МАГАЗИНЕ



**INSO**RET

Чернова Дарья  
Гаврилова Марина

12+

**Дарья Чернова**  
**Марина Гаврилова**  
**Контроль потерь в магазине**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=43688208](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=43688208)*

*SelfPub; 2019*

**Аннотация**

Книга расскажет, как выстроить процессы в магазине так, чтобы минимизировать формирование потерь. Опыт экспертов-практиков из розничной торговли. Лучшие методики крупнейших торговых сетей России, проверенные на практике.

# Содержание

Введение	4
1. Виды потерь в магазине	5
1.1. Структура списания в магазине	7
1.2. Недостача товара в магазине	9
1.3. Уценка (Markdown) в магазине	10
2. Активные зоны потерь в магазине	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

# Введение

Предлагаем вашему вниманию учебное пособие, посвященное методам сокращения потерь в розничных магазинах. Методики книги были применены в магазинах розничных сетей и доказали свою эффективность. Книга объединила в себе все самое лучшее из организации процессов торговых сетей «Перекресток», «Пятерочка», «Мираторг» и других.

Это многолетний опыт экспертов, объединённый в одно пособие. Каждая глава прошла проверку на прочность через реальные примеры. Прочитав это пособие, вы получите план действий, который позволит сократить потери в вашем магазине.

Совсем не важно – у вас гипермаркет крупной сети или небольшая продуктовая лавка. Методики универсальны и дадут результаты независимо от формата магазина.

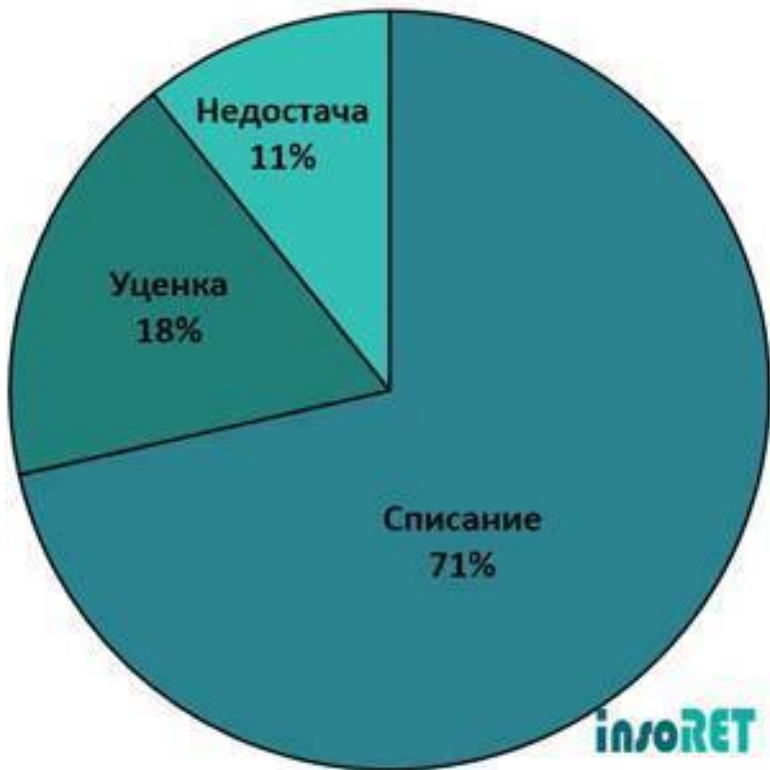
В пособии вы познакомитесь с потерями, какие они бывают. Что оказывает наибольшее влияние? Как выявить формирование потерь в магазине? В каких местах формируются потери, и как этого избежать.

Мы научим вас выстраивать бизнес-процессы так, чтобы предотвращать потери, а не устранять их последствия.

При поддержке сайта <https://insoret.ru/>

# 1. Виды потерь в магазине

## Потери магазина



Потери в магазине делятся на три категории.

1. Списание в магазине – товар ненадлежащего качества, с просроченным сроком годности.

2. Недостача товара – причина отсутствия товара не выявлена (кражи).

3. Уценка (Markdown) – реализация ниже себестоимости.

Наибольший процент потерь в магазине приходится на списания – 71%. Недостача товара составляет около 11%, и уценка – 18%.

Разберем каждый вид потерь подробнее.

# 1.1. Структура списания в магазине

В розничных магазинах недопустима продажа товара с истекшим сроком годности и ненадлежащего качества. Соблюдение соответствующих норм отслеживается сотрудниками магазина, представителями компании и сторонними организациями (Роспотребнадзор). В случае выявления товара с истекшим сроком годности Роспотребнадзор взимает штраф с магазина. В результате все товары несоответствующего качества магазин должен списать или вернуть поставщику.

Списание товара является основной причиной потерь магазина. В каждом магазине существует своя норма списания товара. Чем больше оборот магазина, тем ниже процент списания. Аналогично, чем меньше оборот, тем больше процент списания. Норма списания товаров в магазине формата «у дома» – 2,3%. Для крупного, проходимого супермаркета (от 1500 кв. м) возможна норма списания до 1,2% от продаж.

Основной причиной списания в магазине является неправильная организация работы:

- принимают товар ненадлежащего качества
- неправильно организовано движение товара внутри магазина;
- товара заказывают больше, чем надо.

В результате этого истекает срок годности товара или товар портится. Для того чтобы сократить списание в магазине

необходимо корректное формирование заказов и правильная организация работы.

## 1.2. Недостача товара в магазине

Недостача товара в магазине возникает по причине естественной убыли товара и из-за злоупотребления и небрежного отношения персонала к материальным ценностям компании (кражи, мошенничества).

Естественная убыль – это товарные потери, обусловленные естественными процессами, вызывающими изменение товара (усушка, утечка, предпродажная подготовка). Например, обрезка хвостиков у сыра.

Но прежде всего недостача товара – это кражи. Наибольший процент краж – 75% – приходится на сотрудников торговой сети, и только 25% – на покупателей. Следовательно, для сокращения недостачи необходимо обеспечить контроль службой безопасности сотрудников магазина.

## 1.3. Уценка (Markdown) в магазине

Уценка товара – снижение цены на товар до уровня себестоимости и ниже. Цель уценки – вернуть вложенные в товар средства, хотя бы часть. Уценка используется, когда лучше продать и вернуть какую-то часть вложений, чем списать товар и потерять все вложенные средства. При уценке товар может продаваться даже ниже себестоимости.

Уценка может производиться только по товарам, соответствующим необходимому качеству и срокам годности. Товар несоответствующего качества должен быть списан, уценка по нему недопустима.

Обычно товар уценивают за 3–4 дня до окончания срока годности. Уценка проводится:

- на товары с подходящими сроками годности;
- товары с большим товарным запасом, если остатки товара превышают необходимый товарный запас, они не успеют реализоваться до окончания срока годности;
- единичные позиции товара, которые не продаются:
  - консервы с дефектами,
  - с налетом плесени,
  - детское питание (снимают с продаж за 2 дня до окончания срока годности),
  - с признаками «развакуумации»,
  - бомбажные консервы,

- банки без этикеток.

Очень важно контролировать правильность ведения уценки в программе. Уцененный товар должен иметь признак в системе, чтобы при формировании заказа товары, проданные по уценке, исключались из анализа продаж. Особенно уделяем внимание позициям, которые не продаются в регулярных продажах. Если по ним мы уценку провели некорректно, то продажа товара может привести к повторному заказу через автозаказ.

Для магазина уценка несет убыток, ведь он часто продает дешевле, чем купил. Безусловно, это неизбежная мера: возможность вернуть хоть какие-то деньги, потраченные на товар, чем списать убыток.

Мы рассмотрели, как потери распределяются по видам, теперь рассмотрим, в каких местах магазина они формируются.

## **2. АКТИВНЫЕ ЗОНЫ ПОТЕРЬ В МАГАЗИНЕ**

Потери в торговле – это убыток, который несет магазин по причине списания товара частично или полностью. Товар может быть списан по множеству факторов – товар портится, заканчивается срок годности, воруется и многое другое. В магазине существуют активные места потерь – места, где концентрируются потери в магазине.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.