

Государственное образовательное учреждение Республики Хакасия
«Черногорский Механико-технологический техникум»

ОТЧЕТ

По производственной практике

ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельности»

По специальности СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям) базовой
подготовки

Студентка гр. 2К

Наименование места прохождения практики гипермаркет ООО «Пятерочка»

Руководитель практики _____

Оценка _____

Содержание

1. Ознакомление с торговой организацией.....	3
2. Установление коммерческих связей.....	4
3. Порядок заключение хозяйственных договоров и участие в их составление.....	7
4. Технологические процессы на складе оптовой (сбытовой или розничной торговой организации.....	10
5. Приемка товаров по качеству и документальное оформление приемки.....	13
6. Размещение товаров на складе и подготовке их к продаже.....	16
7. Государственный производственный и внутрифирменный контроль.....	20

1.Ознакомление с торговой организацией

«Пятёрочка» — российская сеть продовольственных магазинов-дискаунтер «у дома» в составе компании X5 Retail Group . Объединяет более 16,7 тыс. магазинов, обслуживаемых 31 распределительным центром. Гипермаркет "Пятерочка " осуществляет торговлю по форме самообслуживания один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазина, увеличить объем реализации товаров при минимальных затратах труда.

Данный магазин является сравнительно молодым, однако, за свое недолгое существование у него появилось большое количество постоянных покупателей с разным уровнем доходов.

Перед входом в магазин имеется большая площадка для парковки автомобилей, что является дополнительным привлечением покупателей.

Магазин «Пятерочка» является розничным торговым предприятием, осуществляющим куплю-продажу товаров и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования.

По форме собственности данный магазин является частным предприятием, которое преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и распределяет ее между своими участниками.

С учетом типа здания и особенностей его объемно – планировочного решения исследуемый магазин относится к встроенно-пристроенным помещениям, так как находится на первом этаже многоэтажного здания.

Магазин располагает комплексом торговых и неторговых помещений, необходимых для осуществления различных торгово-технологических операций. Это позволяет применять в нем средства механизации трудоемких операций, создает благоприятные условия труда для торговых работников, способствует повышению качества торгового обслуживания покупателей, предоставлению им дополнительных услуг.

В соответствии с ассортиментом реализуемых товаров, магазин является универмагом - предприятие розничной торговли, реализующее продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса преимущественно методом самообслуживания.

Располагается магазин в жилой зоне поселка в пределах пешеходной доступности и относится к магазинам местного значения, по адресу: Россия, Усть-Абаканский район, р.п. Усть-Абакан, ул. Кирова 3

2. Установление коммерческих связей

Целью установления коммерческих связей торговой сети «Пятерочка» с поставщиками товаров является -удовлетворение потребностей предприятия в товарных ресурсах с максимально возможной экономической эффективностью. Гипермаркет «Пятерочка» выбор поставщиков осуществляет на тендерной основе. Корпорацией разрабатывается на каждый календарный год договорная компания, разбитая на несколько этапов.

1 этап - прием коммерческих предложений.

2 этап - обработка коммерческих предложений, мониторинг предприятий для ознакомления с технологическим процессом, рассмотрение образцов продукции и проведение необходимых переговоров.

3 этап - уведомление претендентов о принятых решениях, подписание договоров поставки на следующий календарный год с контрагентами, чьи коммерческие предложения были приняты.

Коммерческое предложение должно быть составлено на фирменном бланке, подписано руководителем организации, лицом, действующим на основании доверенности, индивидуальным предпринимателем, заверено печатью и должно содержать:

-общую информацию о компании (полное наименование организации (Ф.И.О. индивидуального предпринимателя), ОГРН, ИНН, адрес места нахождения (для ИП - место жительства), дата регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, Ф.И.О. руководителя, уполномоченного лица, сайт в сети Интернет);

-опыт сотрудничества с торговыми сетями;

-возможность работы посредством EDI – обмена документами (электронный документооборот);

-кредитоспособность и финансовое положение;

-описание предлагаемого товара (наименование, качественные характеристики, наименование места происхождения товара, наименование производителя, расфасовка, виды упаковки, функциональные, технические и эксплуатационные характеристики, изображения поставляемого товара, маркировки, этикеток (фотографии), подтверждения соответствия, процессов и методов производства требованиям технических регламентов, стандартов, технических условий, прочая информация), зарегистрированные товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования, наименования места происхождения товара, коммерческое обозначение (номер и дата свидетельства, дата приоритета, перечень товаров по классам МКТ), наличие дистрибьюторских правоотношений с производителями товаров;

-прайс-лист с учётом доставки до гипермаркета;

- доставку транспортом поставщика на торговое предприятие (гипермаркет), своевременность доставки;
- возможность выплаты вознаграждения, при приобретении определенного количества продовольственных товаров с указанием размера вознаграждения и объема товаров;
- возможность оплаты поставленных товаров через определенное время после их передачи с указанием срока оплаты;
- контактные данные (номера телефонов, факсов, адреса электронной почты).

Договор — это письменное двухстороннее соглашение, заключенное между руководителем организации и работником.

На предприятии разработано и действует Положение о порядке заключения договоров. В магазине разработано и вступило в силу «Положение о порядке заключения договоров» в данной организации.

На основании данного Положения следует, что в договоре должны быть - отражены следующие данные:

- срок действия Договора;
- порядок пролонгации Договора в случае необходимости;
- полные юридические адреса;
- банковские реквизиты;
- номера телефонов, факсов, по которым можно связаться с Поставщиком (Заказчиком).

В соответствии с положением: срок действия Договора и порядок его пролонгации (продление договора сверх предусмотренного при заключении его срока действия), в случае необходимости; полные юридические адреса, банковские реквизиты, номера телефонов, факсов, по которым можно связаться с Поставщиком (Заказчиком).

В договоре указываются все необходимые условия (поставки, оплаты, приемки, адреса сторон, предмет договора и прочее). Договора выгодны предприятию тем, что в случае необходимости товар будет поставлен в нужном объеме, хорошего качества и в кратчайшие сроки.

Торговые договора взаимовыгодны как поставщику, так и торговой организации. Торговля часто сталкивается с недоброкачественным товаром, поставщику и торговой фирме выгодно, чтобы товар был качественным, потому что они рассчитывают на долгосрочное сотрудничество.

Торговый отдел ООО » заключает договора с поставщиками, товар по этим договорам поставляется на базу, откуда он распределяется по магазинам. Можно сделать вывод, что около 80 % товара, который продается в структуре ООО «Пятерочка», закупается по договорам с поставщиками, а остальные 20 % – по разовым сделкам.

Определением розничных цен на товары в ООО «Пятерочка» занимается отдел цен. Цены на товары устанавливаются исходя из издержек предприятия, расходов на закупку товаров, рассчитывается торговая надбавка; в «Пятерочке» в среднем она равна 25 – 30%.

Естественное желание любого предприятия – получить прибыль, сделать это можно, установив максимальные цены на товары. Но цена должна быть конкурентоспособна по сравнению с ценами других торговых предприятий.

3.Порядок заключения хозяйственных договоров и участие в их составлении

В процессе осуществления хозяйственной деятельности субъекты хозяйствования занимаются производством и реализацией продукции, оказывают различные услуги, выполняют работы. Все вышеперечисленное опосредуется сделками - действиями субъектов хозяйствования, направленными на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей. Договор является частным случаем (разновидностью) сделки. Так, например, договор всегда является как минимум двусторонним, в то время как сделка может быть и односторонней (например, наследование). Согласно п. 1 ст. 390 ГК договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

Хозяйственный договор — это соглашение двух или нескольких субъектов хозяйствования, направленное на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей в процессе осуществления хозяйственной деятельности. Хозяйственный договор является разновидностью гражданско-правовой сделки.

Каждый хозяйственный договор должен отвечать требованиям ст. 2, 391 ГК (принцип свободы договора), п. 3 ст. 155 ГК (наличие согласованной воли сторон для заключения договора), ст. 161, 162, 164, 165 ГК (соблюдение соответствующей формы), ст. 392 ГК (соответствие договора законодательству), ст. 402 ГК (согласование сторонами договора всех его существенных условий).

Хозяйственный договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными являются условия:

- о предмете договора (например, наименование и количество передаваемого товара);
- названные в законодательстве как существенные, необходимые или обязательные для договоров данного вида (например, цена в договоре продажи недвижимости, сроки в договоре поставки);
- условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Кроме существенных условий договора различают обычные и случайные условия. Их отсутствие в договоре не сказывается на его юридической силе. Обычные условия не нуждаются в согласовании, так как присущи данному типу договора и чаще всего соответствуют правилам относящихся к нему норм ГК. Если эти условия не включены в договор, то в случае спора применяются соответствующие нормы ГК.

Случайные нормы для конкретного типа договора не характерны (например, условие о порядке передачи товара покупателю). Однако, будучи включенными в договор, случайные условия приобретают силу существенных.

Процедура заключения хозяйственных договоров в общем виде закреплена в ст. 402 - 419 ГК и состоит из двух основных стадий: предложения (оферты) и принятия предложения (акцепта). Заинтересованная сторона (оферент) направляет другой стороне (акцептанту) предложение о заключении договора. Предложение заключить договор налагает на оферента определенные законодательством обязанности и ответственность. Так, ответственность может заключаться в обязанности возмещения убытков при отказе от собственного предложения, если акцептант начал подготовку к заключению или исполнению договора и понес определенные затраты.

Заключение договора может осуществляться и в ином порядке. Например, будущие контрагенты составляют полный текст договора и одновременно его подписывают. В этих случаях выделение стадий оферты и акцепта оказывается невозможным.

Состав и виды оптовых услуг могут быть самыми различными, но по функциональному назначению можно выделить основные и дополнительные услуги:

Основные услуги оптовой торговли — реализация товаров оптовым покупателям, складские операции, оказание помощи при покупке, консалтинговые услуги, дополнительные услуги.

К дополнительным услугам оптовой торговли относятся прием заказов и заявок на товары, предреализационная подготовка товаров (сортировка товаров по качеству, обработка поверхностей защитными покрытиями, комплектование партий товаров, фасовка, разделка, мойка, чистка, глажение белья и одежды, дезинфекция, упаковывание, маркировка), отпуск товаров, информационные услуги, доставка товаров потребителю, прием и хранение возвратной тары, возврат и утилизация отходов, переработка отходов.

Я принимала участие в составлении договоров.

Для того, чтобы заключить договор, необходимо, чтобы одна из сторон предложила заключить договор, а другая сторона по крайней мере согласилась с заключением этого договора. Поэтому заключение любого договора проходит по крайней мере две стадии. Первая стадия получила название-оферта, вторая стадия- акцепт.

Оферта -- предложение заключить договор. Однако не всякое предложение заключить договор рассматривается как оферта. Только такое предложение заключить договор, которое одновременно отвечает следующим требованиям:

- предложение заключить договор должно ясно выражать намерение лица заключать договор.
- предложение должно содержать все существенные условия будущего договора.
- предложение должно быть обращено к одному или нескольким конкретным лицам.

Существует три этапа заключения договора.

1) Этап - заинтересованная сторона направляет другой стороне предложения о заключении договора. Оферта должна быть адресована конкретному лицу и содержать существенные условия договора. Если в ней адресат не указан, то она признается публичной офертой адресованной любому, кто, отзовется. С момента получения оферты адресатом она не может быть отозвана в течение срока, установленного для ответа на нее. Если это произошло, то оферта считается не получено.

2) этап - рассмотрение оферты получивший ее стороной. Если сторона согласна с условиями оферты, то она направляет оференту ответ о ее принятии. Акцепт должен быть полным и безоговорочным. Акцепт, с предложением других условий не является таковым его следует рассматривать как отказ от оферты и предложение сделать новую оферту.

3) этап - заключение договора. Договор считается заключенным в момент получения лицом, направившим оферту ее акцепта при условии, что акцепт получен в срок, указанный в оферте. Если срок в оферте не указан, то отвечать необходимо в сроки, установленные законом. Если срок не указан ни в оферте, ни в законе, то отвечать необходимо в течение нормально необходимо для этого времени.

4. Технологические процессы на складе (сбытовой или розничной) торговой организации

Необходимым условием непрерывности и ритмичности процесса обращения является образование товарных запасов в каналах обращения. Запасы товаров и должны обеспечивать товарооборот и бесперебойность процесса движения товаров из сферы производства в сферу потребления. Для обеспечения сохранности и перемещения товаров в магазине создана материально-техническая база – склад. Материально-техническая база магазина складывается из торговых сооружений, зданий, торгово-технологического оборудования.

Склады – это очень важное в магазине структурное подразделение. Он служит заслоном проникновению недоброкачественных товаров из производственных предприятий в торговый зал. Осуществление доработки товаров на складе сохраняет их качество и внешний вид. Склады играют важную роль в подготовке товаров к продаже. Для сохранности товарных запасов товары рационально размещают и укладывают, создают оптимальный режим хранения товаров. На крупных складах применяют торгово-технологическое складское оборудование, используют современные средства электронной вычислительной техники.

В магазине «Пятерочка» специализированные склады т.е. организуют прием, хранение и отпуск товаров какой-либо одной группы товаров. Специализированные склады имеют широкий внутригрупповой ассортимент товаров. По режиму хранения – общетоварные склады (для хранения продовольственных и непродовольственных товаров, не нуждающихся в создании особого режима хранения.). На таких складах хранят большую часть непродовольственных и продовольственных товаров.

Высота складов в магазине разная:

- высота 2,5 м.;
- высота 6 м.

Оснащение и общетехническое оборудование склада:

- воздушное отопление с приточно-вытяжной вентиляцией;
- горячее водоснабжение;
- охранно-противопожарная сигнализация;
- автоматическая система пожаротушения.

Это общетехническое оснащение складов обеспечивает поддержание оптимального температурно-влажностного режима хранения, соблюдения правил техники безопасности.

Планировка складских участков:

- наличие необходимого количества выездов, проездов и подъездов;

- установление необходимого расстояния между отдельными складами в зависимости от их огнестойкости.

Магазин «Пятерочка» отвечает всем требованиям планировки торгового зала, а именно:

- удобное для покупателей расположение входов, выходов, отделов;
- создание наилучших условий для перемещения товаров из помещения для их хранения и подготовки к продаже к местам размещения и выкладки;

- эффективное использование площади торгового зала при размещении торгового оборудования;

- обеспечение свободного движения потоков покупателей;

- рациональная организация расчетных операций.

Оптимальные условия для продажи товаров обеспечиваются за счет прямоугольной формы торговых залов. Это не только способствует соблюдению требований рациональной организации торгово-технологических операций, но и предоставляет покупателям возможность хорошо ориентироваться в размещении товарных групп и совершать покупки в минимальные сроки, создает условия для их комфортного пребывания в магазине.

Вход и выход в магазине совмещены и расположены у левого угла фасада здания, чтобы поток покупателей был направлен против часовой стрелки.

Всю площадь торгового зала магазина можно условно разделить на:

- установочную площадь;

- площадь проходов для покупателей и перемещения товаров;

- площадь рабочих мест обслуживающего персонала;

- площадь контрольно-кассового узла.

Установочная площадь – площадь занятая торговым оборудованием, составляет примерно 30 % от всей площади торгового зала, что говорит об эффективном использовании площади торгового зала.

Для еще более эффективного использования торговой площади в магазине используют экспозиционную площадь, она исчисляется как сумма площадей всех элементов оборудования, предназначенных для выкладки товаров (полки, кассеты и т.п.), т.е., в эффективном распределении товара на торговой мебели.

Для свободного перемещения покупателей в магазине предусмотрены магистральные (более широких по сравнению с обычными) проходы, расположенные вдоль стен и связывающих все зоны торгового зала.

Площадь контрольно-кассового узла включает в себя площадь, занимаемую кассовыми кабинками, проходами между ними, столами для упаковки

товаров, а также площадь для хранения корзин и тележек для отборки товаров покупателями, эта площадь не превышает 15% площади торгового зала.

В магазине «Пятерочка» линейная планировка торгового зала, т.е., когда расстановка оборудования и проходы для покупателей спланированы в виде параллельных линий, расположенных перпендикулярно линии контрольно-кассового узла. При этом часть оборудования (пристенные горки, охлаждаемые прилавки, тару-оборудование) установлены вдоль стен торгового зала, что позволяет с большей эффективностью использовать его площадь.

5. Приемка товаров по количеству и качеству и документальное оформление приемки

Приемка товаров по количеству и качеству в магазине осуществляется в соответствии с правилами, установленными в инструкциях «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству». Установленные этими инструкциями нормы применяются во всех случаях, если в стандартах, технических условиях или других обязательных правилах не предусмотрен другой порядок приемки товаров. Лица, участвующие в приемке товаров, должны хорошо знать эти документы и уметь ими пользоваться.

Приемка товаров по количеству заключается в сверке массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями счетов – фактур, товарно-транспортных накладных и других сопроводительных документов.

Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то на фактически поступившее их число в магазин составляют акт с указанием в нем отсутствующих документов, а поступившие товары принимают на ответственное хранение.

Приемку товаров по количеству проводят в определенные сроки. Так, товары, поступившие без тары, в открытой или поврежденной таре, следует принимать в момент их доставки в магазин. Товары, поступившие в исправной таре, по массе брутто и количеству мест принимают в момент получения их от поставщика, по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте – одновременно со вскрытием тары.

Массу нетто проверяют в порядке, установленном стандартами, техническими условиями и иными обязательными для сторон правилами. Массу тары проверяют одновременно с массой нетто товара. Результаты проверки оформляют актами.

Если в процессе приемки выявляют недостачу, то приемку товаров приостанавливают, обеспечивают сохранность товаров, а также принимают меры к тому, чтобы они не смешались с другими однородными товарами. О выявленной недостаче составляют акт за подписями лиц, принимавших товар.

Приемка товаров по качеству проводится в определенные сроки. В эти же сроки следует составить акты о результатах проверки качества поступивших товаров.

В процессе приемки продавцы магазина выявляют качество и комплектность товаров, а также соответствие тары, упаковки и маркировки товаров, установленным требованиям.

Если при приемке обнаруживают недоброкачественные или некомплектные товары, то приемку приостанавливают и составляют односторонний акт, который передают в правление кооперативной организации для формирования комиссии и организации окончательной приемки товаров по качеству. Одновременно надо создать необходимые условия для сохранности поступивших товаров. Проверка качества товаров осуществляется экспертом. При этом используются органолептические методы и результаты лабораторных исследований.

Все товары, поступающие в магазин «Пятерочка», вначале доставляют в складское помещение, где проводят приемку товаров по количеству и качеству.

Приемка товаров является одной из важных операций технологического процесса магазина «Пятерочка». В данном магазине эта операция проводится заместителем управляющего магазина, на которого возложена материальная ответственность.

Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий.

Как я выяснила, приемка товаров по количеству и качеству в магазине «Пятерочка» проводится в соответствии с правилами, установленными в инструкциях «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству» и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству».

Заместитель управляющего магазина начинает приемку с сопоставления качества поступивших товаров с данными, указанными в транспортных и сопроводительных документах (счет – фактура, товаро-транспортная накладная, спецификация и т.д.).

Бывают случаи, когда в магазин поступают товары без сопроводительных документов. Тогда на фактически поступившее их количество составляют акт с указанием в нем отсутствующих документов, а поступившие товары на ответственное хранение.

Количество поступивших товаров определяют в тех же единицах измерения, которые указывают в сопроводительных документах.

Если в процессе приемки будет обнаружена недостача или наоборот излишки товаров, то приемку товаров приостанавливают. О выявленной недостаче составляют акт за подписями лиц, принимавших товар. В нем указывают количество недостающих товаров, их стоимость, приводят сведения о том, что определение количества товаров проводилось на исправных весах или другими весоизмерительными приборами,

проверенными в установленном порядке, состояние тары и упаковки и другие сведения.

Качество, комплектность товаров, а также качество тары, упаковки и маркировки должны соответствовать требованиям стандартов, технических условий и других обязательных правил. Качество товаров подтверждается штампом на накладных, сертификатом, ветеринарным свидетельством, маркировкой товара и тары. Учитывается также время и дата выпуска товаров и срок их продажи.

В магазине «Пятерочка» качество продуктов определяется органолептическим методом. И лишь в необходимых случаях образец товара отправляют в лабораторию на анализ.

Если при приемке будут обнаружены недоброкачественные или некомплектные товары, то приемку приостанавливают, обеспечивают сохранность и хранение полученных товаров и вызывают представителя поставщика.

Правильное и своевременное составление акта имеет большое значение для определения причин и места возникновения дефектов, порча товара, установления вины изготовителя, транспортного органа или получателя.

В магазине «Пятерочка» при выявлении недостачи товаров составляется акт, выявляют причину потери товаров и сообщают об потере поставщику либо для обмена товара на новый, либо для возврата непригодного для продажи товара.

6.Размещение товаров на складе и подготовке их к продаже

После приемки товары доставляют в помещения для хранения. Процесс хранения товаров в магазине предусматривает их правильное размещение и укладку, создание оптимального режима, наблюдение и текущий уход за товарами. Сохранность количества и качества товаров в процессе их хранения должны обеспечить материально ответственные лица.

Товарные запасы, размещенные в помещениях для хранения товаров (кладовых, охлаждаемых и холодильных камерах) называются резервными запасами и предназначены для пополнения рабочего и выставочного запасов, которые находятся в торговом зале.

По сохраняемости продовольственные товары подразделяют на особо скоропортящиеся (вареные колбасные изделия, молоко пастеризованное, сметана), скоропортящиеся (сыры, сливочное масло, соленая рыба) и нескоропортящиеся (мука, макаронные изделия, стерилизованные консервы).

При размещении товаров на хранении рекомендуется закреплять за каждым товаром постоянное место, что облегчает процесс учета и контроля за состоянием товарных запасов, обеспечит оптимальные условия и режим хранения.

При размещении товаров на хранение в магазине за каждым видом товаров закрепляют постоянное место, что упрощает процесс учета и контроля состояния товарных запасов, обеспечивает оптимальные условия и режим хранения.

При хранении товаров строго соблюдают противопожарные правила.

В процессе хранения товаров, так же как и при осуществлении других технологических операций (подготовка товаров к продаже и т. д.), в магазине могут возникнуть товарные потери (естественная убыль и актируемые потери), размеры которых при рациональной организации хранения можно свести к минимуму.

Товары устанавливают в торговый зал в то время, когда в нем находится минимальное количество покупателей, чтобы не препятствовать процессу продажи. Для перемещения товаров используют тележки или тару – оборудование.

Условия хранения товаров определяются режимом хранения, размещением на складе и санитарным состоянием помещения для хранения.

Режим хранения характеризуется температурой; относительной влажностью воздуха; освещением; соблюдением товарного соседства.

На складе магазина «Пятерочка» применяют все 3 способа укладки товаров (прямой, перекрестный и обратный). За каждым товаром закреплено постоянное место. Это значительно облегчает процесс учета и контроля за состоянием товарных запасов и обеспечивает оптимальные условия и режим хранения.

При подаче товаров в торговый зал учитывают сроки их поступления и реализации.

Важную роль при размещении товаров на хранение отводят товарному соседству. Таким образом, рядом не хранят товары легко поглощающие влагу (соль, сахар, сухари) и товары содержащие ее в большом количестве (овощи и фрукты). Мороженое, охлажденные и сушеные товары хранят отдельно.

В одной камере холодильников хранят только те продукты, которые входят в одну из перечисленных ниже групп. Мороженые продукты (температура воздуха в камере -15°C и ниже, относительная влажность воздуха 90 -95 %): мясо всех видов; субпродукты, птица и кролики, шпик; жиры топленые, масло топленое в бочках, маргарин и кулинарные жиры в бочках и ящиках.

Сухие продукты и консервы (температура воздуха в камере $0 - 1^{\circ}\text{C}$, относительная влажность воздуха 70 -75 %): сухофрукты в мешках и ящиках; орехи в мешках и ящиках; консервы всех видов в потребительской таре в ящиках; сгущенные молочные консервы; майонезы.

Соблюдение санитарно-гигиенического режима в хранилищах является непременным условием, от которого зависит сохраняемость всех продовольственных товаров. В складских помещениях исследуемого магазина при текущем уходе проводится уборка с применением дезинфицирующих средств. Санитарное состояние хранилищ систематически контролируется заместителями управляющего магазина и работниками санитарно-эпидемиологических служб. Ежедневному контролю также подлежат режимы хранения продовольственных товаров, который осуществляется с помощью гигрометров и термометров.

Современное торговое оборудование для продажи кондитерских изделий – пристенные горки с открытыми отсеками – позволяет одновременно использовать рабочий запас кондитерских изделий в завертке в качестве выставочного запаса. Скоропортящиеся изделия (торты, пирожные) хранят в холодильных шкафах и в нижней части охлаждаемого прилавка.

Хлебобулочные изделия выкладывают рядами также на полках - пристенных стеллажах.

При продаже плодов и овощей в качестве оборудования используют прилавки, наклонные пристенные горки, которые обеспечивают хороший обзор товаров. аккуратно выложенные фрукты создают красивое сочетание цветов, украшают торговый зал.

В магазине «Пятерочка» все товары в пакетах, коробках, бутылках и пачках выкладывают этикетками в сторону покупателя. Этикетки на товарах должны быть хорошо видны и легко читаться.

Новые и малоизвестные товары обеспечивают аннотациями, проспектами,

листовками. Большое значение имеет наличие полной информации для покупателей (световое табло, экраны, указатели) о размещении товаров в торговом зале.

Обязательно также соблюдение требований техники безопасности. В частности, при отсутствии механизмов высота укладки товаров в штабеля не превышает 2 м.

Хранят товар на стеллажах и штабельным способом. На стеллажах размещают распакованные товары. Укладывают их стопками, рядами, для облегчения подсчета – десятками, сотнями маркировкой наружу. Громоздкие, тяжеловесные товары, ящики, мешки, кипы размещают штабельным способом.

В процессе хранения товаров влажность воздуха регулируют. При ее повышении помещения магазина проветривают, отапливают, используют влагопоглощающие средства, при понижении – воздух увлажняют.

Хранение товаров производят в магазине в соответствии с учетом их физико-химических свойств, соблюдения правильного товарного соседства, исключающего возможность вредного воздействия товаров друг на друга (передача запахов, влаги). Учитывают сроки хранения и реализации, очередность поступления и подачи товаров в торговый зал. В первую очередь продают ранее завезенные товары.

Температура в помещении, где хранятся крупа и мука, должна быть ниже 15 °С, а относительная влажность воздуха не превышать 70 %. Макароны изделия хранят при более высокой относительной влажности (до 80%).

Поваренную соль в упаковке хранят только в закрытых складах изолированно от других товаров. Поскольку соль является гигроскопичным продуктом, относительная влажность воздуха в помещении не должна превышать 75 %.

Сахар хранят в таких же условиях, но при более низкой температуре в зимнее время (5-6°С), которую постепенно повышают до 12-15°С по мере повышения температуры наружного воздуха.

Кондитерские изделия хранят в сухих, чистых, затемненных помещениях с хорошей вентиляцией. Торты и пирожные с разнообразными кремами хранят при температуре не выше 6°С. Для остальных кондитерских изделий она не превышает 18°С без резких колебаний температуры.

Свежие плоды, овощи и картофель хранятся в затаренном виде в специально отведенных для этих целей хорошо вентилируемых кладовых без естественного освещения. При этом плоды размещают отдельно от овощей и картофеля.

Ящики, корзины, лотки с плодоовощными товарами устанавливаются на подтоварниках штабелями высотой 1,5-2 м. В кладовых находятся

термометры и психрометры. С их помощью обеспечивается контроль температуры и относительной влажности воздуха, необходимых для хранения плодовоовощных товаров.

Сушеные плоды, овощи и грибы хранят в сухом прохладном помещении при температуре от 0 до 10⁰С и относительной влажности воздуха не выше 75 % в ящиках, в полимерных или крафт-мешках, уложенных на подтоварники в штабеля.

Замороженные плоды и овощи хранят в низкотемпературных холодильных камерах и прилавках при температуре не выше -8 -10⁰С.

Резиновую обувь хранят в ящиках в полутемном помещении.

Ядовитые товары и предметы бытовой химии размещены отдельно от остальных.

Выкладывают товар в магазине «Пятерочка по след. Принципам:

-товар должен размещаться так, чтобы каждый предмет был отчётливо виден;

-новые товары выставляются на самых видных местах;

-полки и стеллажи не должны перегружаться товарами;

-товары должны легко доставаться с полки или витрины;

-товары массового спроса должны всегда выкладываться на одном и том же месте;

-при выкладке товара нужно использовать приёмы дизайна и художественного оформления;

-не рекомендуется выкладывание разнотипных товаров один на один, в стопку и т. п.;

-для удобства пользования и во избежание порчи товаров следует избегать излишне большого количества товаров на полках и витринах;

-товар должен выкладываться этикеткой в сторону покупателя.

Основные принципы выкладки товара в магазине «Пятерочка»:

-учитывается психология смотрящего на товары человека (взгляд движется как при чтении- слева направо, сверху вниз)

-движение основного потока покупателей против часовой стрелки, в рамках "золотого треугольника" (касса, хлеб, охлажденные товары -молоко, колбаса и т.п.)

-правило вытянутой руки - лучшие товары на полках на уровне взгляда, где их легко увидеть достать без лишних усилий

-сопутствующие товары (пиво-чипсы) размещают вместе, несовместимые (бытовая химия - продукты питания) раздельно.

-классические правила выкладки - наличие ценников, чистота и прочее.

7.Государственный производственный и внутрифирменный контроль

Государственный контроль — это периодическая проверка уполномоченными органами государственной власти деятельности физических и юридических лиц, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений требований, установленных нормативными правовыми актами, по результатам которой при обнаружении нарушений могут применяться меры государственного принуждения.

Назначение контроля:

- объектом контроля является как законность, так и целесообразность деятельности подконтрольного объекта;
- наблюдение за функционированием соответствующего подконтрольного объекта;
- получение объективной и достоверной информации о состоянии законности и дисциплины в подконтрольном объекте;
- принятие мер по предотвращению и устранению нарушений законности и дисциплины;
- выявление причин и условий, способствующих правонарушениям;
- принятие мер по привлечению к ответственности лиц, виновных в нарушении законности и дисциплины.

До 2005 г. основной государственной службой контроля за соблюдением торговыми предприятиями правил торговли, порядка применения цен, качества товаров и т. д. являлась Государственная инспекция по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации (Госторгинспекция). С 2005 г. ряд государственных организаций, осуществляющих надзор за обеспечением безопасности товаров, работ и услуг и окружающей среды (Санэпиднадзор, Госторгинспекция, отделы по защите прав потребителей) объединились в Территориальное управление (ТУ) Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (сокращенно - Роспотребнадзор).

В соответствии с Положением, утвержденным Правительством РФ, объектами контроля Роспотребнадзора являются все предприятия, учреждения, организации независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также граждане - физические лица, которые реализуют или производят товары (услуги).

Система внутреннего контроля организуется руководством предприятия. Это первое и основное отличие внутреннего контроля от прочих видов контроля. Независимый аудит проводится независимым аудитором, формы, и виды контрольных действий также определяются аудитором (п. 9 Временных правил аудиторской деятельности в Российской Федерации и п. Закона «Об аудиторской деятельности»). Ревизия проводится штатным ревизором

какого-либо ведомства, формы, и виды контрольных действий также определяются этим ведомством.

Внутренний контроль - это система мер, организованных руководством предприятия и осуществляемых на предприятии с целью наиболее эффективного выполнения всеми работниками своих обязанностей при совершении хозяйственных операций. Внутренний контроль определяет законность этих операций и их экономическую целесообразность для предприятия.

Целями организации системы внутреннего контроля на предприятии являются:

- 1) осуществление упорядоченной и эффективной деятельности предприятия;
- 2) обеспечение соблюдения политики руководства каждым работником предприятия;
- 3) обеспечение сохранности имущества предприятия.

Руководители функциональных служб еженедельно представляют генеральному директору отчеты о деятельности своих подразделений и результатах их работы.

Для высшего управленческого состава характерно еженедельное проведение так называемых планерок в кабинете генерального директора с обсуждением достигнутых результатов и допущенных ошибок, а также обсуждением дальнейших направлений их действий. В результате работы по выработке решений руководители подразделений получают от генерального директора следующие виды управленческих решений: приказы и рекомендации.

Приказ представляет собой четко сформулированное решение, рассчитанное на конкретное подразделение, подлежащее безукоснительному, обязательному исполнению.

Заключительный контроль осуществляется непосредственно после того, как работа выполнена. Либо сразу по завершению контролируемой деятельности, либо по истечении определенного заранее периода времени фактически полученные результаты сравниваются с требуемыми. Здесь происходит сравнение запланированного размера прибыли с полученным, запланированный уровень текучести кадров, объем продаж, издержки и т.д.

На данном предприятии заключительный контроль выполняет две основные функции: руководство «Пятерочки» проводит анализ фактически полученных и требовавшихся результатов и оценивает, насколько реалистично были составлены им планы. Эта процедура позволяет также получить информацию о возникших проблемах и сформулировать новые планы и принять такие управленческие решения, которые позволят избежать

этих проблем в будущем. Вторая функция заключительного контроля состоит в том, чтобы способствовать мотивации, так как заработная плата большинства работников непосредственно зависит от результатов деятельности организации.

Заключение

В ходе прохождения учебно-ознакомительной практики я познакомилась с организационной структурой организации «Пятёрочка». Ознакомилась с тем, как организация функционирует на рынке, взаимодействует с поставщиками, потребителями, конкурентами. В целом в организации сложился благоприятный климат работы персонала, все работники работают как одна команда, за время прохождения практики не было замечено конфликтных ситуаций между работниками. Мною были приобретены практические навыки работы в коллективе организации.

«Пятёрочка» — это магазины для экономных и расчетливых покупателей, которые контролируют свои расходы не в ущерб качеству и привычкам. Причем возраст, пол и социальный статус значения не имеют. Это принципиально новый тип магазинов — универсамы экономического класса. Клиенты магазина — люди, не бросающие деньги на ветер, а те которые приобретают нужный и качественный товар по низкой цене. «Пятёрочка» — это магазины для умных.

Список литературы

Российская Федерация. Законы. О качестве и безопасности пищевых продуктов: Федер. Закон: принят Гос. Думой 1 декабря 1999 г.: одобр. Советом Федерации 23 декабря 1999г., № 29 ФЗ от 2 января 2000г. – М.: ПРИОР, 2000-28с.

Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность : Учебник для высш. И средн. Спец. Учеб. Заведений. _ М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1996.-328 с.

Лифиц И.М. Стандартизация, метрология и сертификация: Учебник._5-е изд.,перераб. И доп. – М.: Юрайт-Издат, 2005.-345 с.

Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий : Учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений. _ 2-е изд. _М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998.-320с.

Защита прав потребителей Министерство экономического развития Челябинской области . Методическое пособие 2007.

Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-99

ГОСТ Р 51305-99 Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу.

Николаева, М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: учебник для вузов М.А. Николаева. – М.: НОРМА, 2000.-283 с.

Журналы «Маркетинг», «Современная торговля», «Российская торговля»