

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Характеристика магазина «Пятерочка».....	5
2. Устройство и планировка торгового зала.....	12
3. Характеристика торгово-технологического оборудования.....	13
4. Размещение товара в магазине «Пятерочка».....	16
5. Технология приемки товаров в магазине.....	21
Заключение.....	26
Список использованной литературы.....	28

Введение

Переход к рыночной экономике, появление большого разнообразия организационно-правовых форм предприятий, развитие конкуренции вызвали необходимость широкого внедрения современного оборудования и прогрессивных технологий.

Возникла потребность в новых подходах к организации технологических процессов на предприятиях торговли, в развитии инициативы и предпринимательства. На первый план выдвинута задача дальнейшего совершенствования торгово-технологических процессов.

Реализация товаров покупателям с максимальной прибылью – это то, на что должны быть направлены все усилия предприятий розничной торговли. Важнейшей задачей в этой связи является правильная организация технологий продаж и выстраивание системы работы с покупателями.

В условиях усиливающейся конкуренции в торговле активно развиваются розничные торговые сети. Как мировой, так и российский опыт подтверждают, что объединение магазинов в единую сеть – самый эффективный путь развития розничной торговли. В целом просматривается тенденция развития розничной торговли по европейской схеме, т.е. по укрупнению розничных торговых сетей.

Объектом исследования данной отчетной работы по практике является универсам ООО «Агроторг «Пятерочка».

Основной целью прохождения практики является закрепление, углубление и адаптации комплекса теоретических знаний по проблемам торгового менеджмента к деятельности конкретной организации и приобретению практических навыков по организационно-управленческой,

коммерческой, внешнеэкономической, финансово-экономической и другим направлениям деятельности. Программа практики предусматривает выполнение следующих задач:

- 1) знакомство с основами торгового процесса:
- 2) ознакомление с планировкой и устройством помещений магазина, а также с оборудованием торговых залов;
- 3) приобретение практических навыков расчета показателей, характеризующих эффективность использования площади магазина

1. Характеристика магазина «Пятерочка»

Федеральная торговая сеть «Пятерочка» – крупнейшая российская сеть продуктовых магазинов «у дома». «Пятерочка» основана в 1998 г., первый магазин торговой сети открылся в 1999 г. в Санкт-Петербурге. В 2013 г. стартовал ребрендинг, а также произошли смена позиционирования и масштабная программа обновления торговой сети.

Количество универсамов, работающих под управлением компании, составляет 11 225. Чистая розничная выручка за 2017 г. составила 1 000 863 млн руб.

Федеральная торговая сеть «Пятерочка» находится в управлении компании ООО Агроторг (Moody's – «Ba2», S&P – «BB», FitchRatings – «BB», RAEX – ruAA). Сеть X5 RetailGroup включает в себя, кроме сети «Пятерочка», супермаркеты «Перекресток», гипермаркеты «Карусель» и магазины «Экспресс», а также распределительные центры и грузовой автотранспорт.

В 2013 году запущена программа обновления магазинов сети, в ассортименте появилось больше скоропортящейся продукции, снижена плотность расстановки продуктов на прилавках, в некоторых магазинах появились открытые витрины на фасадах. На 31 декабря 2016 года, доля объектов, работающих в новой концепции, составила 94 % от общего числа магазинов «Пятерочка».

Магазин «Пятерочка» № 142, расположен по адресу: улица Станиславского 18. 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 города в пределах пешеходной доступности и относится к магазинам местного значения. Он отвечает основному требованию культуры торговли - удобство для населения, которое может быть достигнуто, если соблюдены следующие условия:

- магазины максимально приближены к потребителю;
- в них обеспечена возможность приобретения товаров сложного ассортимента жителями ближайшего микрорайона;

- равномерно, пропорционально численности населения, размещены однотипные магазины;
- комплексно расположены магазины с ассортиментом товаров, связанных общностью спроса;
- обеспечены условия рентабельной работы для каждого торгового предприятия.

Деятельность магазина «Пятерочка» соответствует требованиям СП 2.3.6.1.66-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов», что подтверждает выданное санитарно-эпидемиологическое заключение. Розничная продажа алкогольной продукции осуществляется на основании лицензии, выданной министерством сельского хозяйства Челябинской области.

По виду торгового предприятия магазин «5Пятерочка» является стационарным, так как расположен в специально оборудованном помещении, предназначенном для продажи товаров и оказания услуг покупателям.

Типизация магазина «5Пятерочка» включает наличие следующих показателей:

- торговая площадь-400 кв.м;
- товарный ассортимент-13000 наименований;
- применение фирменных буклетов и упаковочных материалов;
- наличие у обслуживающего персонала фирменной одежды с эмблемой ООО. ТС «Пятерочка»

Магазин 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.

Специализация магазина вызвана сложностью ассортимента отдельных товарных групп, а также необходимостью особых помещений и

оборудования для некоторых товаров, поэтому данное торговое предприятие следует отнести к смешанному магазину, предназначенному как для торговли продовольственными, так и непродовольственными товарами.



Рис. 1 – Организационная структура управления в магазине «Пятерочка»

Данная организационная структура функциональная.

Функции охранников и уборщиц переданы аутсорсинговым компаниям.

ООО Агроторг стремится стать признанным лидером российского рынка продуктовой розницы и первой компанией в сердцах российских покупателей.

Основные направления для достижения этой цели:

1 Мультиформатная операционная модель. Она позволяет комбинировать большой масштаб компании и гибкость в управлении, обеспечивает рост благодаря адаптации ценностных предложений каждой сети и всего портфеля брендов к потребностям покупателей и тенденциям рынка.

2 Лучшее ценностное предложение. Каждая торговая сеть управляет своим ценностным предложением, адаптируя его к текущим потребностям и предпочтениям своего сегмента покупателей, обеспечивая трафик и лучшую в своем классе плотность продаж.

3 Органическое развитие. Принимая во внимание относительно низкий, в сравнении с другими странами, уровень проникновения современной торговли и высокий уровень фрагментации этого сектора, критическое значение имеет ускорение открытий новых магазинов и рост торговых площадей. Компания планирует ускорять рост также через тактическое и стратегическое слияние и приобретение существующих торговых площадей, способствуя как лидерству на текущих территориях, так и выходу в новые регионы.

4 Высокая эффективность операций и инвестиций. Устойчивый успех в достижении стратегических целей будет достигнут за счет достижения каждой торговой сетью лучших в своем сегменте показателей по эффективности: в категорийном менеджменте, в закупках, в логистике, в управлении магазинами и рабочим капиталом, а также капитальными инвестициями. Приемлемый уровень возврата на инвестиции означает лучшие в своем сегменте показатели ROIC и WACC.

5 Опережающие инновации. Инновации означают для ООО Агроторг активное управление ценностными предложениями для покупателей, создание новых предложений, а также глубокое понимание покупателей и применение лидерских технологий.

6 Сильная корпоративная культура. Принципы корпоративной культуры ООО Агроторг: ориентации на клиента, лучший результат, постоянное развитие и работу в команде.

На деятельность розничных торговых сетей существенное влияние оказывают негативные макроэкономические факторы и факторы покупательского поведения:

- повышение цен на продукты отечественного производства;
- снижение / отрицательный рост реальной заработной платы;
- сокращение доли расходов на продукты питания в бюджете покупателей.

В поведении покупателей можно отметить следующие изменения:

- активный поиск выгодных промоакций;
- переход на более дешёвые товары в пределах категорий и форматов;
- снижение уровня потребления / среднего чека;
- осуществление покупок в магазинах разных форматов и разных магазинах формата;
- более тщательное отслеживание выгодных цен;
- сокращение количества крупных покупок.

Ответные действия сети «Пятерочка» выглядят следующим образом:

1 Ассортиментная политика:

- обеспечение оптимального ассортимента продукции, максимально полноотвечающего реальным потребностям покупателей;
- расширение ассортимента отечественной продукции и дальнейшее развитие импортозамещения.

2 Ценовая политика:

- контроль конкурентоспособности цен и восприятия ценовой политики форматов с целью сохранения и укрепления их рыночных позиций;
- дальнейшее развитие импортозамещения: увеличение ассортимента товаров, цены на которые менее подвержены валютным колебаниям;
- выборочное регулирование динамики роста цен на товары на полках для определенных категорий продукции в соответствии с ценовым позиционированием форматов;
- точечные инвестиции в работу с потребителем для поддержания показателей трафика и восприятия ценовой политики.

3 Сотрудничество с поставщиками:

- активное проведение промоакций при поддержке со стороны поставщиков;

- реализация политики импортозамещения и увеличение числа отечественных производителей, особенно в категории наименее дорогих товаров;

- улучшение условий работы с поставщиками при более выгодных закупочных ценах.

В магазинах «Пятерочка» действуют постоянные скидки, еженедельный и сезонный каталог. Еженедельный каталог обновляется каждый вторник, сезонный обновляется ежемесячно.

Для привлечения дополнительных покупателей в магазины «Пятерочка» и увеличения среднего чека покупки сеть «Пятерочка» внедрила программу лояльности «Выручай-карта» для постоянных покупателей магазинов торговой сети.

Преимущества карты:

1 Получение баллов за все покупки, включая товары, участвующие в акциях.

2 Оплата покупок баллами. Баллы можно обменивать для получения скидки до 100 % от размера чека.

3 Специальные акции и скидки только для владельцев карт. ВЫРУЧАЙ-карта будет регулярно предлагать владельцу специальные акции и подсказывать, как покупать еще выгоднее.

4 Поздравления с днем рождения. Владелец карты получает в 10 раз больше баллов за все покупки за 3 дня до и после дня рождения.

При совершении покупок товаров в магазинах «Пятерочка» в День рождения Участника, а также за 3 (три) дня до Дня Рождения и в течение 3 (трех) дней после Дня Рождения. Владельцев ко-брендовых банковских карт. Членство в «Детском Клубе» позволяет Участникам программы получать привилегии и дополнительные предложения (акции, информацию о скидках

на детские товары, товары для красоты), которые доступны только Участникам «Детского клуба».

Результативность работы магазина, размер его товарооборота и величина прибыли зависят не только от стратегии торговой сети, но и от эффективности организации торгово-технологического процесса в магазине [6].

Таким образом, магазин «Пятерочка» является структурным подразделением ООО «Торговая сеть «Пятрерочка», а не самостоятельным обособленным юридическим лицом.

2. Устройство и планировка торгового зала

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 правого 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 (полок, кассет 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.

3. Характеристика торгово-технологического оборудования

Магазин «Пятерочка» оснащен торговой мебелью необходимой для успешной торговли и поэтому в нем используют:

- мебель для торговых предприятий;
- торговый инвентарь;
- торговое холодильное оборудование;
- торговое измерительное оборудование;
- контрольно-кассовое оборудование.

Весь его инвентарь отвечает следующим требованиям:

- соответствие оборудования товарному профилю и размерам торгового зала;
- оснащение магазина торговым оборудованием должно осуществляться с учетом использования методов продажи;
- оборудование должно обеспечивать эффективное использование торговой площади магазина.

Мебель для магазина классифицируют по месту применения, назначению, товарному профилю и конструкции.

По месту применения торговую мебель подразделяют: для торговых залов и подсобных помещений магазина.

По назначению торговая мебель подразделяется на следующие виды:

- для приемки товаров по качеству (столы для бракеража);
- подготовки товаров к продаже (столы для фасовки товаров);
- показа товаров (витрины); выкладки и продажи товаров (горки, прилавки, прилавки-витрины, вешала);
- транспортировки и продажи товаров (тара-оборудование);
- расчетов с покупателями (кассовые кабины);

- для обслуживания покупателей (корзины и тележки для отборки товаров).

По конструкции торговую мебель используют неразборную и сборно-разборную. Преимущественно магазин оснащен сборно-разборной торговой мебелью.

Мебель для магазина делится на следующие основные типы:

- пристенные и островные горки;
- секции замкнутых зон внутри торгового зала;
- прочие товароносители;
- прилавки;
- немеханические кассовые кабины для магазинов самообслуживания;
- механические кассовые кабины для магазинов самообслуживания;
- корзины для покупок;
- тележки для покупок.

Важным дополнением торгово-технологического оборудования магазина является торговый инвентарь, который представляет собой приспособления, инструменты и приборы, применяемые для показа и обработки товаров в процессе обслуживания покупателей, а также для различных вспомогательных и хозяйственных операций.

По месту использования различают инвентарь для складских и подсобных помещений, инвентарь торговых залов для продовольственных и непродовольственных товаров, а также инвентарь общего пользования. Наряду с перечисленным, магазин должен оснащаться счетным, вспомогательным, санитарно-гигиеническим и противопожарным инвентарем.

Торговое холодильное оборудование представляет собой охлаждаемые устройства, предназначенные для кратковременного хранения, выкладки и продажи скоропортящихся товаров на предприятиях розничной торговли.

Торговое холодильное оборудование по назначению делят на следующие основные группы:

- для хранения товаров (холодильные камеры, шкафы, закрытые прилавки);
- для показа и продажи товаров (открытые прилавки, витрины, прилавки-витрины, лари);
- демонстрационное оборудование (демонстрационные витрины, шкафы-витрины).

Для осуществления операций, связанных с приемкой товаров, подготовкой их к продаже и отпуском, применяется торговое измерительное оборудование: весы, гири, меры длины и объема. В универсаме «Пятерочка» имеются цифровые и электронные весоизмерительные приборы, с постоянными показаниями.

4. Размещение товара в магазине «Пятерочка»

В торговом зале продовольственных товаров магазина «Пятерочка» используется линейная поперечная расстановка оборудования. Она позволяет четко формировать потоки движения покупателей, создает лучшие условия для группировки и размещения товаров, обеспечивает лучший просмотр торгового зала.

В магазине «Пятерочка» при размещении ассортиментных комплексов рядом размещают товары, которые относятся к одной товарной группе, дополняют друг друга, отвечают спросу круга покупателей, а также товары, которые по соображениям правил товарного соседства могут быть расположены рядом.

В комплексных покупках преобладают сочетания товаров четырех групп: хлебобулочные изделия, молочные продукты, бакалейные товары, гастрономия.

Размещение и выкладка товаров производится с учетом частоты приобретения различных товаров, напряженности покупательского потока в зоне их размещения, габаритных размеров и потребительских свойств.



Рис. 2 – Размещение ассортимента товаров в магазине «Пятерочка»
В данном магазине для выкладки товаров применяют контейнеры, их



М

Рис.3 – Применение контейнеров в магазине «Пятерочка»

Покупатель обращает особое внимание на цветовые пятна в товарных рядах, на те места, где изменена высота полок (рисунок 4).



Рис.4 – Применение рекламных материалов в выкладке товаров в магазине

Монотонность в экспозиции товаров в супермаркете «Пятерочка» устраняют также использованием корзин, контейнеров с товарами, выставленных в «мертвых» зонах торгового зала (в углу, между горок), благодаря чему покупатели обращают больше внимания на помещенные в них товары (рисунок 5).



Рис.5 – Оформление «мертвых зон» в магазине «Пятерочка»

Из всех способов выкладки в «Пятерочке» чаще всего применяют горизонтальный и вертикальный. При горизонтальном способе выкладки каждой группе или подгруппе товаров отводится одна полка, например: верхняя – для одного наименования печенья, средняя – для другого, нижняя – для третьего.

Так как покупатели, прежде всего, обращают внимание на товары, размещенные на оптимальной высоте, то товары, пользующиеся наибольшим спросом, размещают на нижних полках. На уровне глаз помещают товары, пользующиеся незначительным спросом.

На самые нижние полки или в передвижные контейнеры, которые устанавливают под рядами полок, выкладывают крупные и грузоземкие товары.

При вертикальном способе выкладки плоскость горки делят на три-четыре части и заполняют различными товарами. Одноименные товары, таким образом, располагают друг под другом. Вертикальная выкладка является более эффективной, так как покупатель затрачивает значительно меньше времени на осмотр, торговый зал приобретает более привлекательный вид.

Широкое применение в супермаркете «Пятерочка» получила также выкладкатоваров навалом в корзинах, на полках, открытых холодильных прилавках (рисунок 6).



Рис.6 – Выкладка товаров навалом в корзинах в магазине «Пятерочка»

При выборе товара надо предоставить покупателю возможность ознакомиться с содержанием коробки, пачки, пакета. Для этого на полке рядом с товарами в непрозрачной упаковке в данном магазине помещают несколько открытых коробок, закрытых сверху полиэтиленовой пленкой.

Все образцы товаров в торговом зале супермаркета «Пятерочка» снабжены хорошо оформленным указателем цен, напечатанным четким и крупным шрифтом, или ценниками с наборными цифрами. На всех ценах обязательно указывают наименование товара. Ценники часто снабжают фирменными знаками, марками.

В торговом зале супермаркета «Пятерочка» товар, предварительно взвешенный, расфасованный и промаркированный, выкладывают на стеллажах, в открытых холодильных прилавках, контейнерах и другой таре-оборудовании.

Покупатели отбирают товары самостоятельно. По просьбе покупателей им может быть оказана помощь в выборе товаров или дана консультация находящимся в торговом зале контролером.

Следует отметить, что движение покупателей в торговом зале данного магазина осуществляется против часовой стрелки, что создает им лучшие условия для отбора товаров, а работникам для их обслуживания.

При распределении площади между товарами при их экспонировании полностью учитывается частота их приобретения. В частности, в магазине «Пятерочка» используется оптимальная последовательность размещения товаров в торговом зале: в начале пути перед мясным и рыбным отделами расположены фрукты и овощи; мясной и рыбный отделы размещены в глубине торгового зала; кондитерские изделия расположены в конце линии по продаже хлебобулочных изделий; непродовольственные товары расположены в конце пути покупателя.

Процесс продажи в супермаркете «Пятерочка» осуществляется методом самообслуживания покупателей.

Значительный экономический эффект при самообслуживании достигается за счет увеличения пропускной способности магазина, роста его товарооборота и валового дохода, ощутимого сокращения численности торговых работников, что ведет к снижению уровня издержек обращения.

При входе в магазин покупатель берет корзину или тележку для отбора товаров и проходит в торговый зал, ориентируясь в зале с помощью ярких указателей. Выбрав товар, покупатель проходит в кассовую зону и предъявляет кассиру самостоятельно отобранные товары и товары, приобретенные через прилавок обслуживания. Расчет за все товары, приобретаемые в супермаркете

«Пятерочка», в том числе и за отпущенные через прилавки обслуживания, производится только в едином узле расчета. Не разрешается требовать от покупателей предварительной оплаты товаров, продаваемых через прилавки обслуживания (с продавцами).

Работникам магазина запрещается применять двойной контроль при выходе покупателей (проверку правильности оплаты покупки), а также проверять их личные вещи (сумки, портфели и т. п.).

Одно из важнейших принципов организации процесса продажи в супермаркете «Пятерочка» – сочетание доверия к покупателям с умелой организацией контроля. На покупателя отрицательно воздействует чрезмерный контроль, поэтому все работники торгового зала должны выкладывать товар, поправлять ценники, консультировать покупателей, одновременно осуществляя общий контроль за торгово-оперативным процессом.

5. Технология приемки товаров в магазине

Транспортные средства, доставившие товары в магазин, должны быть без задержки приняты и разгружены. Разгрузку следует осуществлять с соблюдением общих правил выполнения погрузочно-разгрузочных работ. Товары, уложенные на поддоны, снимают с автомобиля электрогрузчиком. Колесные контейнеры (тара – оборудование) сгружают с помощью средств, которыми оборудован автомобиль, или ручного водила.

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 магазином, 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».

Заметила, что заместитель управляющего магазином (зум) хорошо ориентируется в указанных документах.

Зум начинает приемку с сопоставления качества поступивших товаров с данными, указанными в транспортных и сопроводительных документах (счет – фактура, товарно-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.

Заключение

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Торговля – вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям. Технология представляет собой комплекс основных функциональных процессов конкретной отрасли деятельности человека. Технология торговли – это совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов.

Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения.

Таков современный подход к основным понятиям и определениям технологии торговых процессов.

Торгово-технологический процесс в магазине «Пятерочка» представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций.

Важным этапом технологического процесса является выбор поставщиков.

Торговая сеть «Пятерочка» сотрудничает напрямую с предприятиями-производителями, что снижает уровень издержек обращения и является наиболее рациональной и экономически целесообразной формой организации закупочного процесса.

При размещении и выкладке товаров очень важно избежать монотонности рядов оборудования. Необходимо учитывать различные цвета упаковки товаров, их размеры, изменять расстояние между полками горок в одном ряду, использовать различные средства рекламы.

В целях совершенствования погрузочно-разгрузочного процесса в магазинах «Пятерочка» можно рекомендовать внедрение механизации погрузочно-разгрузочных и транспортных работ на основе контейнеризации и пакетирования грузов. С помощью ручной тележки товары на поддонах не только выгружаются, но и доставляются в зону приемки (часть товаров на поддонах может сразу перевозиться и выставляется в торговом зале). Контейнеры на колесной основе (тары-оборудование) можно выгружать как с помощью автономных разгрузочных средств (грузоподъемные борты), так и с использованием ручных грузовых тележек. При этом товары с кузова автомобиля непосредственно в таре-оборудовании будут выгружаться на платформу (рампу) и поставляться как в помещение для приемки товаров или хранения, так и непосредственно в торговый зал.

Основными направлениями механизации погрузочно-разгрузочных работ при перевозках автотранспортом грузов в системе торговли могут быть:

- внедрение контейнерного и пакетного способов перевозки грузов;
- использование в магазине простейших механизации ПРР, позволяющие ликвидировать тяжелый ручной труд;
- применение автомобилей с грузоподъемным бортом и с доставкой грузов в контейнерах на колесиках, которые доставляются непосредственно в торговый зал магазина;
- применение тары-оборудования.

Список использованной литературы

1. Баженов, Ю.К. Розничная торговля в России: монография / Ю.К. Баженов. –М.: ИНФРА-М, 2013 – 239 с.
2. Белькова, Г.Д. Организация розничной торговли: учебное пособие / Г.Д.Белькова. – Иркутск, 2013 – 117 с.
3. Бобров, Н. Анализ новых тенденций в развитии розничной торговли / Н.Бобров // Маркетинг. – 2012 – №2 – 87 с.
4. Бузукова, Е.А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2015 – 432 с.
5. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник. – 2-е изд., испр. /С.Н. Виноградова. – Минск: Выш. шк., 2012 – 288 с.
6. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.П. Половцева. – 2-е изд. – М.:НИЦ ИНФРА-М, 2014 – 224 с.
7. Леви, М. Основы розничной торговли: учеб. пособие / М. Леви, Б.А. Вейтц.– СПб.: Питер, 2012 – 97 с.
8. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник. – 2-е изд., испр. /Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. – Минск: Выш. шк., 2012 – 209 с.
9. Платонов, В.Н. Организация и технология торговли: учебник / В.Н.Платонов, Л.С. Климченя. – Минск: БГЭУ, 2017 – 426 с.
10. Савинский, А.И. Розничная торговля и основы товароведения / А.И.Савинский, Л.Л. Лаппо, З.М. Мадаев, С.С. Левин, М.С. Ясинович. – Мн.: БГЭУ, 2012 – 287 с.
11. Зотов, В.В. Ассортиментная политика фирмы: Учеб.-практ.пособие / Зотов Владимир Викторович.-М.: ЭКСМО, 2016. -237с.
12. Ибрагимов, Л.А. Инфраструктура товарного рынка: учеб.пособие для вузов/ Ибрагимов Ленар Алексеевич.-М.: ЮНИТИ, 2018. -359с.
13. Короткова, Т.Л..Коммерческая деятельность: учебник для вузов /

Короткова Татьяна Леонидовна.-М.: Финансы и статистика, 2017. -415с.

14. Крепкий, Л.М.. Организация коммерческого успеха: советы специалиста / Крепкий Лазарь Моисеевич.-М.: Экономика, 2018. -327с.

15. Липсиц, И.В.. Экономика: учебник для вузов / Липсиц Игорь Владимирович. -М.: Омега-Л, 2017. -656с.

16. Лифиц, И.М.. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб.пособие для вузов /Лифиц Иосиф Моисеевич.-М.: Высш.образование, 2017. -390с.

17. Манько, А.В.. Коммерция: учеб.-метод.пособие для вузов / Манько Александр Васильевич. -М.: Финансы и статистика, 2017. -252с.

18. Матвеева, О.П.. Организация и технология внешнеторговых операций: учеб.пособие для вузов / Матвеева Ольга Петровна.-М., 2017-160с.

19. Минько, Э.В.. Основы коммерции: учеб.пособие для вузов / Минько Эдуард Викентьевич, А.Э. Минько-М.: ЮНИТИ, 2017. -512с.

20. Николаева, М.А.. Маркетинг товаров и услуг: Учебник / Николаева Мария Андреевна. -М.: Деловая лит., 2017. -446с.

21. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности: учебник для вузов / Осипова Людмила Васильевна, Инга Михайловна Синяева-М.: Юнити, 2013. -623с.

22. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов / Панкратов Федор Григорьевич, Т.К. Серегина -М., 2013/2015. -579с

23. Панкратов,Ф.Г.. Коммерческая деятельность: учебник для вузов / Панкратов Федор Григорьевич, Т.К. Серегина-М., 2014/2015. -579с.

24. Попондопуло, В.Ф.. Коммерческое (предпринимательское) право: учебник для вузов / Попондопуло Владимир Федорович.-М.: Юристъ, 2014. - 668с.