**Содержание**

Введение

1 Ознакомление с предприятием ОАО «Витебские продукты»

2 Аппарат и функции работников ОАО «Витебские продукты»

3 Доставка товара

4 Организация приемки товаров

5 Размещение, хранение и подготовка товаров к продажи

6 Форма продажи товаров и дополнительные услуги в магазине ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс»

7 Организация труда и заработной платы в торговых организациях

8 Организация рабочих мест торгового персонала

Заключение

Список использованных источников

**Введение**

Цель и задачи ознакомительной практики.

Ознакомительная практика даёт общее представление о профессиональной деятельности экономиста и товароведа в производственно-коммерческих фирмах, в торговых предприятиях различных форм собственности.

Целью указанной практики является ознакомление студентов с производственно-торговыми и торговыми предприятиями различных форм собственности, их торгово-хозяйственной деятельностью, основными нормативными документами, регламентирующими деятельность предприятий, со структурными подразделениями торговых предприятий, торгово-технологическим оборудованием, функциональными обязанностями экономистов, товароведов коммерческих служб предприятий, торгово- технологическими процессами, организацией труда и заработной платой, организацией рабочих мест персонала .

В процессе прохождения практики студенты формируют представление о торгово-технологическом процессе, формах и методах продажи товаров, должны ознакомится с организацией труда оперативно-торгового персонала.

**1 Ознакомление с предприятием ОАО «Витебские продукты»**

В соответствии с программой учебная практика проходила в Открытом акционерном обществе «Витебские продукты». ОАО «Витебские продукты» было создано на основании решения Витебского исполнительного комитета от 10.09.2002 г. №768 путем преобразования коммунального унитарного предприятия «Витебские продукты» в соответствии с законодательством о приватизации государственного имущества и законодательством об акционерных обществах. ОАО «Витебские продукты» является преемником прав и обязанностей названного предприятия в соответствии с передаточным актом, за исключением прав и обязанностей, которые не могут принадлежать ОАО «Витебские продукты».

ОАО «Витебские продукты» является коммерческой организацией – юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, печать. Общество имеет штампы, бланки со своими наименованием, собственную эмблему, товарный знак (знак обслуживания), имеет право открывать в установленном порядке текущий (расчетный) и иные счета в банках.

ОАО «Витебские продукты» находятся на улице Суворова 12/1. ОАО «Витебские продукты» представлено в г. Витебске сетью магазинов (38 магазинов). Общая площадь магазинов в г. Витебске составляет 20973,3 м. кв. (7695,4 м. кв. – торговая площадь, остальная – кабинеты и складские помещения). Режим работы – в различных магазинах варьируется – от 8.00 до 23.00, с выходным днём (воскресение) и без него.

Основной целью ОАО «Витебские продукты» является получение прибыли.

ОАО «Витебские продукты» осуществляет свою деятельность во главе с директором.

Основным видом деятельности ОАО «Витебские продукты» является розничная торговля. Так же общество осуществляет следующие виды деятельности: производство полуфабрикатов и кулинарных изделий, деятельность агентов по торговле пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия, различные виды розничной торговли, хранение и складирование и другое (см. приложение А).

Лицензируемые виды деятельности ОАО «Витебские продукты» осуществляет в соответствии с Декретом Президента Республики Беларусь от 14 июля 2003г. №17к ним относятся:

1. Розничная торговля (включая алкогольные и табачные изделия) и общественное питание (приложение Б);

2. Деятельность по обеспечению безопасности юридических и физических лиц.

В ОАО «Витебские продукты» осуществляется розничная торговля продовольственными и непродовольственными товарами за наличный и безналичный расчет, а так же оптовая торговля, но её доля не более одного процента в валовом товарообороте.

Ассортимент товаров – совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединённых или сочетающихся по определённому признаку. Основными группировочными признаками являются сырьевой, производственный и потребительский.

Торговый ассортимент представляет собой номенклатуру товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети. Он включает ассортимент товаров, выпускаемых многими предприятиями, и подразделяется на 2 товарные отрасли: продовольственные и непродовольственные товары. Каждая из отраслей делится на товарные группы, в состав которых входят товары, объединяемые по ряду признаков (однородности сырья и материалов, потребительского назначения, степени сложности ассортимента).

Ассортимент ОАО «Витебские продукты» представлен практически всеми видами продовольственных товаров (см приложение В.) (хлебобулочные изделия РУПП «Витебск хлебпром», ОАО «Лидахлебпродукт» (мука) - Лида; молочные и кисломолочные продукты ОАО «Молоко» - Витебск, ОАО «Гомельский жировой комбинат», ОАО «Савушкин продукт» - Брест; Кондитерские изделия фабрик «Коммунарка», «Красный пищевик», «Спартак» и т.д.), в основном отечественного производства, но в некоторых магазинах имеется отдел непродовольственных товаров, также отечественного производства.

Финансовое состояние Открытого Акционерного Общества «Витебские продукты » представлено в таблице 1.1 «Итоги хозяйственно-финансовой деятельности ОАО «Витебские продукты»»

Таблица 1.1- Итоги хозяйственно-финансовой деятельностиОАО «Витебские продукты»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | показатели | 2003 | 2004 | 2005 | %роста 2004 | %роста 2005 |
| 1 | Валовой товарооборот (с налогом на продажу) | 43706 | 54541 | 63071,3 | 124.79 | 144,39 |
| 2 | Валовой товарооборот (без налога на продажу) | 42019 | 53095 | 62077,2 | 126,36 | 147,74 |
| 3 | В.т.ч.НДС на реализован. товар в отчетном периоде | 4961 | 5969 | 6934,8 | 120,32 | 139,79 |
| 4 | В % к товарообороту без налога на продажу | 11.35 | 11,24 | 11 | - | - |
| 5 | Валовой товарооборот без НДС и налога на продажу | 37058 | 48572 | 55142,3 | 129,50 | 148,80 |
| 6 | Валовой товарооборот от реализации товаров | 5720 | 7479 | 8742 | 130,75 | 152,83 |
| 7 | В % к товарообороту без НДС и налога на продажу | 15.43 | 15,40 | 15,85 | - | - |
| 8 | Налоги с валовых доходов | 255 | 308 | 340,9 | 120,78 | 133,69 |
| 9 | В % к товарообороту без НДС и налога на продажу | 0,69 | 0,63 | 0,62 | - | - |
| 10 | Издержки обращения | 5284 | 6802 | 8220,3 | 128,73 | 155,60 |
| 11 | Издержки обращения в % к товарообороту | 14,26 | 14,00 | 14,91 | - | - |
| 12 | Прибыль от реализации товаров | -147 | +369 | +180,8 | - | - |
| 13 | Рентабельность | - | 0,76 | 0,33 | - | - |
| 14 | Прибыль от реализации в % к издержкам обращения | - | 5,42 | 2,2 | - | - |
| 15 | Начисляемые налоги и сборы из прибыли | 124 | 227 | 185 | 183,06 | 149,19 |
| 16 | Чистая прибыль (убыток) | 202 | 7 | 0,4 | 3,47 | 0,20 |

Источник: информация полученная в организации

Анализируя таблицу можно сказать, что за период с 2003 по 2005 года произошел рост практически по всем показателям. Так,валовой товарооборот с налогом на продажу увеличился на 19,6 %, что в абсолютном выражении составило 8530,3 млн. рублей. Валовой товарооборот без НДС и налога на продажу в процентном содержании изменился на 19,3 % ,в абсолютном на 6570,3 млн.рублей. Валовой товарооборот от реализации в 2004 году составлял 7479 млн. рублей , в 2005 году – 8742 млн. рублей ,в процентном соотношении по сравнению с 2003 годом произошел рост на 22,08 %. Издержки обращения так же увеличились на 28,73 процентных пункта в 2004 году и на 55,6 процентных пункта в 2005 году. Сумма налогов и сборов, начисляемых из прибыли снизилась на 33,87 процентных пункта или 42 млн. рублей, чистая прибыль в 2004 году составила 3,47 % и 0,2 % в 2005 году по сравнению с 2003 годом, в абсолютном выражении соответственно снизилась на 194 млн. рублей и 201,6 млн.рублей.

Несмотря на то, что по всем показателям, кроме рентабельности и прибыли от реализации в процентах к издержкам обращения, произошел рост, уменьшилась величина налогов и сборов, отчисляемых из прибыли. Деятельность ОАО «Витебские продукты» нельзя назвать эффективной. Это видно из следующего правила: темп роста прибыли должен быть больше темпа роста товарооборота, в свою очередь темп роста товарооборота должен быть больше темпа роста издержек обращения. Мы наблюдаем совершенно противоположную ситуацию: темп роста прибыли меньше темпа роста товарооборота, темп роста товарооборота меньше темпа роста издержек обращения.

Снижение суммы чистой прибыли могло быть вызвано тем , что реконструкция и переоборудование магазинов в период за 2004 и 2005 года происходили за счет средств предприятия.

**2 Аппарат и функции работников ОАО «Витебские продукты»**

Органами управления ОАО «Витебские продукты» являются:

-общее собрание акционеров;

-наблюдательный совет;

-дирекция и директор.

Контроль за финансово-хозяйственной деятельность Общества осуществляет ревизионная комиссия.

Для проверки и подтверждения правильности годовой финансовой отчетности ОАО «Витебские продукты» привлекает аудитора, не связанного имущественными интересами с Обществом или его участниками.

Общее собрание акционеров является высшим органом управления в ОАО «Витебские продукты». В ОАО «Витебские продукты» общее собрание акционеров собирается один раз в год не позднее трех месяцев после окончания финансового года для подведения итогов деятельности, утверждения бизнес-плана, увеличения уставного фонда, изменения устава. К компетенции собрания акционеров относятся:

- изменение устава Общества, в том числе изменение размера его уставного фонда;

- избрание членов наблюдательного совета и ревизионной комиссии и досрочное прекращение их полномочий;

-утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, счетов прибыли и убытков Общества, распределение прибыли и убытков;

-решение о реорганизации или ликвидации Общества;

-определение организационной структуры и правил процедуры Общества;

-определение основных направлений деятельности, утверждение его планов и отчетов об их выполнении;

-оценка вкладов, внесенных в уставный фонд Общества в не денежной форме;

-решение вопросов о приобретении и отчуждении Обществом ценных бумаг, им выпущенным;

-участие Общества в финансово-промышленных и иных хозяйственных группах, объединениях коммерческих и некоммерческих организаций;

-создание, реорганизация и ликвидация унитарных предприятий Общества;

-согласование сделок, связанных с приобретением, отчуждением либо возможностью отчуждения имущества, отнесенного к основным средствам, стоимостью 50 и более процентов балансовой стоимости активов Общества, определенной по данным бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату, кроме залога имущества в связи с получением кредитов под закупку сырья, материалов, комплектующих для выпуска Обществом продукции в соответствии с целью и видами деятельности; согласование сделок по отчуждению находящихся в собственности ОАО «Витебские продукты» зданий и сооружений стоимостью 5 тысяч и более базовых величин;

-решение вопросов о благотворительной деятельности Общества и оказании безвозмездной помощи.

Наблюдательный совет является органом управления, осуществляющим общее руководство деятельностью Общества. Наблюдательный совет:

1.Созывает собрание акционеров;

2.Назначает на должность и освобождает от должности директора;

3.Определяет количественный состав дирекции, согласовывает на должность и освобождает от должности членов дирекции;

4.Утверждает смету расходов на содержание органов управления и контроля Общества;

5.Согласовывает сделки, связанные с приобретением, отчуждением либо возможностью отчуждения имущества, отнесенного к основным средствам, стоимостью от 10% до 50% балансовой стоимости активов общества, а так же сделки по залогу имущества в связи с получением кредитов под закупку сырья материалов, комплектующих для выпуска Обществом продукции в соответствии с целью и видами его деятельности стоимостью от 10% до 75% балансовой стоимости активов Общества, определенной по данным его бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату; согласовывает сделки по отчуждению находящихся в собственности Общества зданий и сооружений стоимостью до 5 тысяч базовых величин;

6.Выносит решения о привлечении к дисциплинарной и материальной ответственности директора в случаях и в порядке, предусмотренных законодательством;

7.Осуществляет контроль за деятельностью дирекции, директора, не вмешиваясь при этом в их оперативно-распорядительную деятельность;

8.Определяет условия оплаты труда директора;

9.Привлекает аудитора для проверки деятельности Общества и устанавливает размер оплаты его услуг;

10.Согласовывает сдачу в аренду зданий сооружений и помещений Общества свыше 1 года;

11.Принимает решение об участии Общества в других хозяйственных обществах и товариществах, согласовывает отчуждение принадлежащих Обществу долей (акций) иных хозяйственных обществ и товариществ;

12.Принимает решения о создании и прекращении деятельности филиалов и представительств;

13.Принимает решение об оказании безвозмездной помощи в пределах суммы, установленной собранием акционеров на текущий год;

14.Представляет собранию предложения и отзывы о годовом балансе и проект решения о распределении прибыли и порядке покрытия убытков Общества.

В ОАО «Витебские продукты» наблюдательный совет собирается один раз в квартал. Члены наблюдательного совета избираются ежегодно очередным собранием акционеров из числа акционеров и их представителей. Директор, члены дирекции не могут быть членами наблюдательного совета.

Руководство текущей деятельностью ОАО «Витебские продукты» осуществляют дирекция (коллегиальный исполнительный орган) и директор (единоличный исполнительный орган).

Директор и дирекция подотчетны по всем вопросам своей деятельности наблюдательному совету и собранию акционеров.

Директор возглавляет дирекцию, организует ее работу и председательствует на ее заседаниях. Директор:

-осуществляет текущее руководство деятельностью ОАО «Витебские продукты», обеспечивает выполнение решений собрания акционеров и наблюдательного совета, несет ответственность за деятельностью Общества в соответствии с законодательством Республики Беларусь;

-без доверенности действует от имени общества, представляет его интересы;

-в пределах своей компетенции и в порядке, определенном настоящим уставом, распоряжается имуществом Общества, заключает договоры, выдает доверенности на совершение действий от имени Общества, открывает счета в банках;

-по согласованию с наблюдательным советом утверждает штаты Общества, уставы унитарных предприятий Общества;

-принимает на работу и увольняет работников Общества (членов дирекции – с согласия наблюдательного совета);

-издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми подчиненными ему работниками (в том числе и членами дирекции);

-обеспечивает помещения для проведения заседаний наблюдательного совета и собраний акционеров, извещение акционеров о созыве собрания, регистрацию его участников, печатание, тиражирование, рассылку и хранение протоколов собраний акционеров, протоколов заседаний наблюдательного совета, других документов органов управления и контроля Общества;

-обеспечивает сохранность и возможность использования документов Общества и документов юридического лица, правопреемника которого является Общество, до сдачи их в государственный архив;

-решает другие вопросы, не отнесенные законодательством или уставом Общества к компетенции наблюдательного совета, собрания акционеров.

К компетенции дирекции относится:

-подготовка программ развития Общества и его унитарных предприятий, в том числе инвестиционных;

-рассмотрение отчетов руководитель унитарных предприятий и структурных подразделений ОАО «Витебские продукты»;

-списание имущества;

-принятие решений о поставке продукции за пределы Республики Беларусь без предварительной оплаты;

-согласование сделок, связанных с приобретением, отчуждением либо возможностью отчуждения имущества, отнесенного к основным средствам, кроме сделок, согласование которых входит в компетенцию собрания акционеров либо наблюдательного совета;

-предварительное рассмотрение вопросов создания, реорганизации и ликвидации унитарных предприятий, филиалов и представительств Общества, участие Общества в иных хозяйственных обществах и товариществах;

-утверждение положений о филиалах и представительствах Общества;

-повышение тарифной ставки первого разряда, применяемой для оплаты труда работников Общества.

Дирекция принимает решение на своих заседаниях и (или) путем опроса. Решение дирекции считается принятым, если за него проголосовало не менее 2/3 членов полного ее состава. Решение дирекции оформляется протоколом. Протоколы предоставляются членам наблюдательного совета, ревизионной комиссии, аудитору Общества по их требованию.

Между всеми структурными подразделениями ОАО «Витебские продукты» существует взаимосвязь (см.приложение Г), в некоторых случаях им предоставляется относительная самостоятельность в учете доходов и расходов, но результаты их деятельности отражаются в общем балансе Общества.

Контроль за осуществлением финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Витебские продукты», его филиалов и представительств, а так же директора и должностных лиц осуществляет ревизионная комиссия, которая избирается ежегодно очередным собранием акционеров в составе не менее 3 человек. Ревизионная комиссия предоставляет результаты проверки наблюдательному совету и собранию акционеров. Без заключения ревизионной комиссии собрание акционеров не вправе утверждать годовой баланс Общества.

Актуальной задачей коммерческого аппарата Общества является вовлечение в товарооборот продукции предприятий-изготовителей разных форм собственности и различных организационно-правовых структур, поставщиков-посредников, граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, зарубежных поставщиков и других источников.

В связи с этим необходимо расширять сферу договорных отношений с поставщиками и изготовителями товаров, повышать эффективность и действенность договоров поставки. Договоры поставки должны активно воздействовать на формирование оптимального ассортимента товаров для торговой сети.

Важными задачами коммерческой службы является координация закупочной работы среди поставщиков и потребителей. Для изучения поставщиков и их возможностей работники коммерческих служб должны принимать участие в работе выставок-продаж и выставок-просмотров образцов лучших и новых товаров. Во главе торговой организации, коммерческих служб должны стоять квалифицированные специалисты: товароведы-коммерсанты, экономисты-менеджеры, финансисты, хорошо знающие коммерческую работу.

Весьма актуальна задача компьютеризации процессов управления коммерческой работы по оптовым закупкам и оптовой продаже товаров. Электронизация коммерческих операций позволяет создать информационную систему обработки и передачи коммерческой информации, составляющую техническую основу рыночной, маркетинговой деятельности в сфере товарного обращения.

На построение организационной структуры коммерческих служб оказывает влияние ряд факторов, которые группируются по следующим направлениям:

-технические;

-экономические;

-организация торгового процесса.

Технические факторы, оказывающие влияние на организационную структуру служб организации, относятся: уровень спроса на реализуемые товары, объем реализации, формы расчетов.

Организации, создавшие у себя хорошо отлаженный аппарат, обладают большим конкурентным преимуществом. Но даже самый лучший аппарат сбыта и ассортимент продукции не дадут требуемого эффекта, если не будут обеспечены менеджментом надлежащего уровня.

В связи с этим, следует отметить, что от эффективности деятельности структурных подразделений, отвечающих за реализацию товаров, зависит во многом эффективность всей организации.

Взаимодействия хозяйствующих субъектов могут быть эффективными в том случае, если специалисты глубоко владеют практикой и теорией с учетом специфики конкретных рынков и изменений их конъюнктуры.

Деятельность на рынке товаров и услуг предполагает выполнение целого ряда операций.

Работа товароведа невозможна без знаний современного состояния отечественного и зарубежного рынка товаров. Товаровед должен следить за хранением и реализацией товаров.

В задачи товароведа входит так же и умение быстро и правильно ориентироваться в вопросах спроса, конкурентоспособности, жизненного цикла и стабильности товара, анализировать и прогнозировать отдельные этапы товародвижения.

Товароведы должны обеспечивать своевременное и правильное заключение договоров с поставщиками и покупателями товаров, установление рациональных прямых договорных связей по поставкам товаров, определения соответствия качества материальных ресурсов требования нормативных документов, договорам. Так же необходимо знание трудового законодательства

Товаровед назначается на должность и освобождается от нее приказом директора ОАО “Витебские продукты”, а также подчиняется непосредственно директору.

Товаровед осуществляет следующие обязанности (см.приложение Д):

1.Оперделяет требования к материальным ресурсам, а также соответствие их качества стандартам, техническим условиям и другим нормативным документам.

2.Принимает участие в определении соответствия проектов планов материально-технического обеспечения планам производства, в контроле за выполнением договорных обязательств, поступления и реализации фондов на сырьё, материалы, топливо, оборудование, в подготовке данных для составления претензий на поставленные некачественные товарно-материальные ценности и ответов на претензии закзчиков.

3.Следит за наличием материальных ресурсов и готовой продукции на складах, осуществляет связь с поставщиками и потребителями, своевременно оформляет документы на отгрузку продукции в соответствии с планом.

4.Участвует в разработке и внедрении стандартов организации по материально-техническому обеспечению, сбыту, контролю качества продукции, организации транспортировки и хранения сырья, материалов, энергии, оборудования и готовых изделий.

5.Ведёт оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контролирует своевременность отгрузки возвратной тары, а в необходимых случаях ведет розыск не поступивших грузов.

6.Участвует в проведении инвентаризации, изучает причины образования излишних сверх нормативных материальных ресурсом и «неликвидов», принимает меры по их реализации.

7.Контролирует соблюдение правил хранения товарно-материальных ценностей на складах, подготовку готовых изделий к отправки потребителям, оформляет необходимые документы связанные с поставкой и реализацией продукции, составляет отчетность по установленным формам .

Продавец продовольственных товаров I категории выполняет следующие обязанности (см. приложение С):

1. Осуществляет продажу товаров, консультирует покупателей о свойствах товаров и качестве продаваемых товаров.

2. Подготавливает рабочее место, проверяет наличие и исправность торгово-технологического оборудования, наличие инвентаря и упаковочного материала.

3.Получение товара со склада.

4.Определяет качество товаров по органолептическим признакам.

5.Производит отбор образцов товаров для лабораторного анализа.

6.Составляет заявки на ремонт оборудования.

7.Оформляет оконные витрины и информацию о товарах, имеющихся в продаже.

8.Участвует в проведении инвентаризации.

9.Оформляет товарно-транспортные накладные и составляет товарный отчет, акты на брак, недостачу, пересортицу товаров и приемосдаточные акты при передаче материальных ценностей.

10. Участвует в разрешении спорных вопросов с покупателями в соответствие представителей администрации.

11. Руководит работой продавцов более низкой категории и учеников.

**3 Доставка товара**

Поступление товара в организации розничной торговли – один из первых этапов доведения товаров до потребителя.

Принципами рациональной доставки товара являются:

* использование кратчайших путей движения товара;
* правильный выбор транспортных средств и эффективное их использование;
* применение прогрессивной системы товародвижения с использованием тары-оборудования и средств механизации погрузочно-разгрузочных и складских работ.

Существуют следующие методы доставки:

- централизованный завоз – доставка товаров силами и средствами поставщика на основе заявок розничных предприятий;

- децентрализованный завоз – доставка товаров розничными предприятиями собственными или привлеченным транспортом.

В организации ОАО «Витебские продукты» используются оба метода доставки товаров. Основным методом доставки является централизованный. Например, централизованным методом завозятся молоко и хлеб.

При централизованной доставке маршрут завоза – кольцевой (маршрут доставки товаров одним рейсом нескольким магазинам). При децентрализованной, как правило, используется линейные (маятниковые) маршруты доставки товаров (за один рейс в один магазин непосредственно со своего склада).

При доставке товаров используются следующие виды тары и тары-оборудования: лотки, пластиковые ящики, контейнеры на роликах, поддоны.

Частота завоза зависит от: предельных сроков реализации, среднего объема продаж, размера установленных неснижаемых товарных запасов, емкости подсобных помещений, оборудования в торговом зале, минимальной нормы доставки и других.

Количество заказываемых товаров зависит от: частоты завоза, среднедневной реализации, неснижаемых запасов и остатка товаров на день завоза, емкости холодильного оборудования (для быстропортящихся товаров).

В магазине ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс» частота завоза и количество заказываемых товаров определяется количеством товаров находящихся непосредственно в торговом зале или на складе магазина, что может отрицательно повлиять на торговый процесс в магазине (например ,неправильно определенное количество товара может привести к неудовлетворению спроса покупателей в конце рабочего дня).

В магазине ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс» доставка молока и хлеба осуществляется согласно графику завоза (приложение Е). График завоза – расписание времени отборки и доставки товаров в магазин, в котором указывают номер маршрута, дни завоза, наименование торгового предприятия, его адрес, вид транспорта, часы доставки.

Доставка товаров осуществляется на основании следующих документов:

* заявки (приложение Ж);
* путевого листа (приложение И );
* маршрутного листа (приложение К);
* товарно-транспортной накладной (приложение Л);
* счета-фактуры;
* упаковочного листа;
* спецификации.

**4 Организация приемки товаров**

Приемка товаров в магазине является важной составной частью технологического процесса. Она осуществляется материально ответственными лицами в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 26 апреля 1996 г. № 285 «Положение о порядке приемки товаров по количеству и качеству». Правила приемки товаров, установленные этим документом, применяются во всех случаях, когда иной порядок не предусмотрен нормативно-технической документацией, договором или другими обязательными нормативными актами.

Товары в магазине принимаются по количеству и качеству.

В зависимости от способа доставки и упаковки товара определяется технология приемки по количеству.

При централизованной доставке товара без тары, в открытой и в поврежденной таре приемка производится сразу же в момент доставки товаров в магазин.

Если товар доставлен в исправной таре, кроме проверки массы брутто, количества тарных мест, наличия маркировки, магазин вправе потребовать вскрытия тары и проверки массы нетто и количества единиц в каждом месте.

По массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте товары принимаются одновременно со вскрытием тары, но не позднее 24 ч по скоропортящимся товарам и 10 дней - по нескоропортящимся с момента поступления товаров.

Приемка товаров по количеству производится путем сопоставления данных сопроводительных и транспортных документов (товарно-транспортных накладных, счетов-фактур, спецификаций, упаковочных ярлыков, описей и др.) с фактическим наличием товаров. Если сопроводительные документы отсутствуют, то товары принимаются по фактическому наличию на основе составленного акта, в котором указываются отсутствующие документы.

При поступлении товаров, которые нельзя перевесить без тары (сельдь, масло растительное и др.), необходимо в момент получения принять их по массе брутто, а после продажи товаров проверить массу тары. В случае расхождения фактической массы тары с трафаретными данными результаты проверки оформляются актом.

Акт о массе тары из-под влажных товаров должен быть составлен немедленно после ее освобождения.

Проверка массы тары в остальных случаях производится одновременно с проверкой массы нетто товара.

При обнаружении в процессе приемки недостачи магазин должен дальнейшую приемку приостановить, поступившую партию товара хранить отдельно от имеющихся в магазине материальных ценностей, обеспечить их полную сохранность. О выявлении недостачи составляется акт за подписями лиц, принимавших товар. Магазин обязан по скоропортящимся товарам немедленно после обнаружения недостачи, по остальным не позднее 24 ч направить поставщику по средству срочной связи вызов-уведомление. В нем указываются наименование товара, номер товарно-транспортной накладной, характер недостачи, состояние пломб, а также количество недостающего товара. Одногородний поставщик по скоропортящимся товарам обязан явиться в течение 4 ч после получения вызова, по остальным товарам *-* не позднее чем на следующий день.

Иногородний поставщик является не позднее чем в трехдневный срок после получения вызова-уведомления, не считая времени на дорогу, только в том случае, если это предусмотрено договором поставки.

У явившегося представителя поставщика должно быть удостоверение на право участия в приемке товаров в данном магазине.

При неявке представителя поставщика, а также в случае, если явка его необязательна, создается для приемки товаров по количеству комиссия с участием компетентного представителя иного юридического лица или государственного контролирующего органа.

При их отсутствии или отказе выделить представителя проверка производится с участием представителя местного органа управления или самоуправления.

В случае его неявки или отказе товар принимается с участием представителя общественности торговой организации из числа лиц, утвержденных решением местного комитета. Отказы вышеуказанных организаций от участия в приемке должны быть оформлены письменно.

На право участия в приемке выдается разовое удостоверение.

Как правило, приемка товаров в магазине «Прогресс» осуществляется работниками магазина (товароведом и продавцом) в одностороннем порядке. На выявленную недостачу составляется акт по утвержденной форме. В акте заполняются все пункты.

Если в процессе приемки выявлены излишки, то это также отражается в акте.

Акт подписывают все лица, участвующие в приемке товаров по количеству. Лицо, не согласное с содержанием акта, подписывает его с изложением собственного мнения.

К акту приемки товаров по количеству, которым удостоверяются расхождения, должны быть приложены следующие документы:

* копии сопроводительных документов [приложение л];
* упаковочные ярлыки, кипные карты, пломбы;
* подлинный транспортный документ;
* удостоверение представителя, выделенного для участия в приемке;
* первичный акт о приостановлении приемки, составленный в магазине при обнаружении недостачи, и др.

Акт приемки товаров должен быть утвержден руководителем (заместителем) торговой организации получателя не позднее чем на следующий день после его составления. Одновременно с приемкой товаров по количеству товар принимается также и по качеству. В тех случаях, когда товар в магазин поступает непосредственно от предприятий-изготовителей, он является единственным звеном, где проверяется качество этого товара перед продажей его покупателю.

Товары, поступившие в исправной таре, принимаются по качеству и комплектности: при иногородней поставке -не позднее 20 дней, при одногородней поставке - не позднее 10 дней, а по скоропортящимся товарам - не позднее 24 ч после их поступления в магазин.

Скрытые производственные дефекты, обнаруженные позже, актируются. Акт (приложение М) о скрытых недостатках составляется в течение гарантийного срока. Акт о скрытых недостатках товара, гарантийный срок на который исчисляется с момента его продажи через розничную торговлю, может быть составлен и в период хранения до его продажи.

Приемка по качеству осуществляется в соответствии с требованиями стандартов, технических условий, договоров, а также по сопроводительным документам, удостоверяющим качество (сертификаты соответствия (приложение Н), удостоверения о качестве (приложение П), ветеринарные свидетельства и т. д.). Не подлежат приемке товары с истекшим сроком годности, хранения (реализации); товары, подлежащие обязательной сертификации, государственной гигиенической регламентации и регистрации, но не прошедшие ее в установленном порядке. При обнаружении несоответствия качества требованиям нормативных и сопроводительных документов магазин обязан приемку приостановить, обеспечить условия хранения, предотвращающие ухудшение качества. Необходимо изолировать поступивший товар от имеющихся в магазине однородных товаров. Магазин должен уведомить поставщика в те же сроки и в том же порядке, что и при выявлении количественного расхождения. Одногородний поставщик обязан явиться не позднее чем на следующий день, а по скоропортящимся товарам - не позднее 4 ч после получения вызова, если в договоре не указан иной срок явки. Представитель иногороднего поставщика обязан явиться, если это предусмотрено договором, не позднее чем в трехдневный срок после получения уведомления, не считая времени, необходимого на дорогу. Представитель поставщика должен иметь удостоверение на приемку конкретных товаров в данном магазине.

При неявке представителя поставщика или необязательной его явке в состав комиссии для приемки товаров по качеству включается представитель органа, осуществляющего государственный контроль качества товара.

По доверенности поставщика приемка может осуществляться с участием компетентного представителя другого предприятия. Возможна и односторонняя приемка товаров по качеству магазином, если поставщик дал на нее согласие. Способы проверки и методы оценки качества выбираются в соответствии с требованиями нормативных документов и учетом специфических особенностей товаров. При необходимости отбора проб об этом составляется акт, который подписывается всеми членами комиссии.

В день окончания приемки составляется акт определенной формы. Он подписывается всеми членами комиссии. Лицо, не согласное с содержанием акта, подписывает его с изложением собственного мнения, К акту должны быть приложены все необходимые документы.

Оборудование, которое применяется при приемке товаров: весы напольные, тележки, контейнеры.

**5 Размещение, хранение и подготовка товаров к продаже**

Принятые по количеству и качеству товары перемещают в зоны хранения для создания необходимого размера товарных запасов. Данная технологическая операция обеспечивает выполнение последующих функций технологического процесса, связанных с организацией рациональной технологии продажи товаров.

Товары хранятся на складах и непосредственно в торговом зале. Товары, поступающие в таре-оборудовании, могут поступать из мест приемки непосредственно в торговый зал для размещения их на местах продажи.

Задачами торговых работников по организации процесса храненияявляются:

• обеспечение количественной и качественной сохранности товаров с наименьшими потерями;

• создание оптимальных условий для быстрого и четкого выполнения торгово-технологических процессов;

• эффективное использование площади хранения и емкости торгово-технологического оборудования.

Реализация этих задач зависит от ряда факторов:наличия и состояния материально-технической базы; уровня организации технологического процесса магазина и профессиональных знаний работников, занятых в технологическом процессе хранения товаров.

Последний фактор имеет особое значение, так как технологический процесс хранения в магазине имеет свои характерные особенности:

• хранение сравнительно небольших партий (в торговом зале - в распакованном виде);

• необходимость обеспечения разных условий хранения для товаров различных товарных групп;

• быстрая обновляемость запасов.

Ответственность за правильное хранение товаров несут материально ответственные лица, которыми являются заведующие складскими помещениями и продавцы (хранение рабочего запаса).

Процесс хранения товаров в магазинах состоит из четырех основных операций:

* размещение на хранение;
* укладка в местах хранения;
* создание оптимальных условий хранения;
* текущий учет в процессе хранения.

Товары, поступившие от поставщика в таре-оборудовании и подлежащие хранению непродолжительное время, размещают в этой же таре-оборудовании.

Пакетированные товары хранят на поддонах и подтоварниках, товары в промышленной таре - на стеллажах и подтоварниках.

Важным принципом хранения является соблюдение правил товарного соседства с учетом физико-химических и биологических свойств товаров и установленных сроков реализации.

За каждой товарной группой в кладовых закрепляются постоянные места хранения (площадки, стеллажи, полки, ячейки). Адресность хранения обеспечивает оперативное управление товарными запасами и соблюдение очередности продажи с учетом времени хранения товаров в магазине и установленных сроков реализации.

Технология хранения предполагает использование оптимальных способов укладки товаров с позиций эффективного использования отведенных площадей и торгово-технологического оборудования, создания удобств в работе с товарами и контроля за их состоянием и перемещением, предохранения от повреждений.

В магазине ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс» склад делится на помещения для хранения товаров (по принципу товарного соседства), помещения для хранения тары и инвентаря(см. таблицу 5.1).

Таблица 5.1-Площадь складов различных товарных групп

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название склада (помещения) | Площадь, м2 | Высота, м | |
| Виноводочный | 109,42 | 2,7 | |
| Бакалея | 70,22 | 2,7 | |
| Овощной | 20,2 | 2,7 | |
| Кондитерский | 20,2 | | 2,7 |
| Напитки | 26,7 | | 2,7 |
| Промтовары | 69,8 | | 2,7 |
| Тара | 120,0 | | 2,7 |
| Инвентарь 1 | 24,0 | | 2,7 |
| Инвентарь 2 | 33,93 | | 2,7 |

Источник: информация полученная в организации.

На складе магазина ОАО «Витебские продукты» №23 «Прогресс» используется стеллажный и штабельный способы укладки товаров.

Стеллажным способом следующие виды товаров: масло в коробках, сыр майонез, рыба, плодово-овощные, яйца.

Штабельным: бакалея, сахар в мешках, виноводочная продукция.

В подвешаном состоянии хранятся: колбасы и мясо.

Гарантом сохранности качества товаров является соблюдение режима хранения, от которого зависят схема размещения товара на складе и установление товарного соседства. На складе должен быть обеспечен постоянный контроль за поддержанием оптимальной температуры и влажности воздуха. Регулирование температурно-влажностного режима осуществляется с помощью вентиляции, отопления, холодильных установок.

Складские операции требуют значительных трудовых затрат, снижение которых во многом зависит от выбора механизации и автоматизации технологического процесса.

На скала магазина «Прогресс» широко используются поддоны, многооборотная тара, универсальные и специализированные стеллажи, контейнеры. Это оборудование применяется непосредственно для хранения товаров.

К оборудованию для упаковки и фасовки товаров относят весы различных типов, передвижные тележки.

В качестве подъемно-транспортного оборудования на складе применяется наклонный подъемник массой не более 300 кг., 2 вертикальных подъемника массой не более 400 кг.

**6 Форма продажи товаров и дополнительные услуги в магазине ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс»**

В магазине № 23 «Прогресс» ОАО «Витебские продукты» осуществляется только розничная торговля. В этом магазине используется метод самообслуживания и обслуживания через прилавок. Целесообразность использования именно этих методов можно привести следующие аргументы:

1.Метод самообслуживания:

* один из самых прогрессивных методов розничной торговли;
* освобождает покупателя от необходимости общения с продавцом ;
* достаточно широкое представление ассортимента товаров;
* снижение затрат времени покупателя;
* более эффективное использование площади торгового зала;

2. Использование метода обслуживания через прилавок является обоснованным, так как невозможно предугадать какое количество развесного товара понадобится покупателю.

Торговая площадь магазина «Прогресс» представляет форму прямоугольника, размеры которого приближены к соотношения сторон 1:2. При прямоугольной форме торгового зала наиболее рациональной формой планировки является линейная. Линейная форма планировки – это такая планировка, при которой торговое оборудование располагается вдоль стен или в виде нескольких параллельных линий . В магазине используется сочетание линейной и островной формы планировки. В качестве основной используется – линейная.

В магазине «Прогресс» используются следующие виды оборудования:

1.торговый инвентарь – приспособления, инструменты, приборы, применяемые для показа и обработки товаров в процессе обслуживания покупателей, а также различные хозяйственные операции;

2.торговое холодильное оборудование – охлаждаемые устройства, предназначенные для кратковременного хранения, выкладки и продажи скоропортящихся товаров: холодильные шкафы, холодильные витрины, холодильные прилавки;

3.торгово-измерительное оборудование – весы марки ВП- 15т.2 электрон (масса не более 15 кг.);

4.контрольно-кассовое оборудование;

5.аквариум для продажи живой рыбы.

В магазине также используется привлеченное оборудование поставщиков: холодильные шкафы (Кока-кола, Дарида, Пепси), различные стеллажи и полочки (Амбасадор, Галина-Бланка, Нескафе, Приправыч), которые можно рассматривать как внутри магазинную рекламу.

Размещение товаров в магазине осуществляется исходя из принципов:

* Частоты спроса на товары;
* Широты внутри группового ассортимента;
* Психологии покупателя.

В магазине используется как товарная, так и декоративная выкладка. Декоративная используется при выкладке кофе. При товарной выкладке используется вертикальный способ как основной, а так же навалом – небольшое количество фруктов и овощей, в подвешенном состоянии-колбасы.

Среди дополнительных услуг, оказываемых в магазине следующие:

* Заявки на торты;
* Оплата через терминалы по безналичному расчету;
* Банкомат для оплаты коммунальных услуг и услуг связи;
* Кафетерий.

**7 Организация труда и заработной платы в торговых организациях**

Все трудовые процессы, выполняемые работниками торговых организаций, разделены на два различных по своей природе и содержанию вида:

- связанные со сменой форм стоимости товара (процесс купли-продажи, обслуживание покупателей, ведение учета и отчетности);

- связанные с продолжением процессов производства в сфере обращения (транспортировка, фасовка, хранение, подсортировка, погрузка, выгрузка товаров).

Основу организации заработной платы торговых работников должны составлять следующие принципы:

* дифференциация размеров заработной платы;
* материальная заинтересованность работников;
* простота и ясность организации заработной платы;
* механизм дифференциации размера оплаты труда.

Традиционно в торговых организациях применяются две основные формы оплаты труда: повременная и сдельная – как правило, в сочетании с различными премиальными системами.

В ОАО «Витебские продукты » применяется повременно-премиальная система оплаты труда на основании табеля.

Повременно-премиальная система оплаты труда предусматривает оплату за отработанное время и премирование за количественные и качественные показатели работы.

Премия работникам ОАО «Витебские продукты » выдается за выполнение и перевыполнение плана и в зависимости от величины полученной прибыли.

Пример расчета заработной платы за январь 2006 года в ОАО «Витебские продукты »(приложение Р):

ПОДР.№12 ТАБ.№12019

Матвеева Наталья Николаевна

Должность: продавец III категории контр оклад 207980

Количество льгот :3 Сумма: 87000

Начисление:

1. Прямой заработок - 25 дней - 207980 рублей
2. Праздничные – 2 дня – 33277 рублей
3. За стаж – 41595 рублей

Итого начислено: 282853 рубля.

Из начисленной суммы происходит удержание следующих выплат:

- 1 % в пенсионный фонд;

- 6 % - подоходный налог;

- взнос профсоюз 1%;

- удержание за пользование служебным телефоном -8500.

Удержание:

1. Подоходный налог - 17627 рублей
2. Пенсионный налог – 2829 рублей
3. Профсоюз – 2829 рублей
4. Аванс – 100000 рублей
5. Удержание за телефон – 8500 рублей

Итого удержано: 131785 рублей

Сумма на руки: 151070 рублей.

**8 Организация рабочих мест торгового персонала**

Организация труда торговли – это совокупность организационных, технических и экономических мероприятий, направленных на эффективное и целесообразное использование всех видов ресурсов, при продажи товаров и обслуживании покупателей.

Рабочее время работника состоит из времени работы и времени перерывов.

Время работы складывается из затрат на выполнение подготовительно-заключительных операций и обслуживания рабочего места.

Для выявления потерь рабочего времени и определения его структуры составляется фотография рабочего дня.

Фотография рабочего дня – это метод изучения затрат рабочего времени, при котором осуществляются все без исключения замеры затрат времени в течение смены или ее части.

Наблюдательный лист

Индивидуальная фотография рабочего дня

Магазин ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс»

Дата наблюдения: 25 апреля 2006 года

Начало наблюдения 8.00. Конец наблюдения 12.10. Продолжительность наблюдения 265 минут. Данные наблюдения представлены в таблице 8.1«Результаты фотографии рабочего времени продавца»

ФИО: Соболева Татьяна Владимировна

Специальность: продавец продовольственных и непродовольственных товаров.

Стаж работы в торговле: 6 лет.

Стаж работы в магазине «Прогресс»: 2 года.

Образование: средне-специальное.

Характеристика работы: продавец через прилавок колбасных изделий.

Используемое оборудование: весы фирмы ЗАО «Масса-К».

Используемые инструменты и приспособления: нож, разделочная доска.

Таблица8.1-Результаты фотографии рабочего времени продавца

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Затраты рабочего времени | Текучее время, ч | Продолжительность,  мин | Обозначение |
| Приход на работу | 7.45 | - | - |
| Подготовка к работе | 8.00 | 15 | ПЗ |
| Отсутствие покупателей | 8.15 | 15 | НРП |
| Обслуживание покупателей | 8.27 | 12 | ОВ |
| Отсутствие продавца | 8.44 | 17 | ЛН |
| Выкладка товара | 9.10 | 26 | ОРМ |
| Обслуживание покупателей | 9.30 | 20 | ОВ |
| Отсутствие покупателей | 9.43 | 13 | НРП |
| Обслуживание покупателей | 9.57 | 14 | ОВ |
| Уборка рабочего места | 10.13 | 16 | ОРМ |
| Обслуживание покупателей | 10.20 | 7 | ОВ |
| Отсутствие покупателей | 10.24 | 4 | НРП |
| Обслуживание покупателей | 10.41 | 17 | ОВ |
| Выкладка товара | 10.57 | 16 | ОРМ |
| Обслуживание покупателей | 11.15 | 18 | ОВ |
| Отсутствие покупателей | 11.34 | 19 | НРП |
| Обслуживание покупателей | 11.47 | 13 | ОВ |
| Отсутствие покупателей | 11.59 | 12 | НРП |
| Обслуживание покупателей | 12.10 | 11 | ОВ |
| Итого |  | 265 |  |

Источник: информация полученная в организации.

На основании фотографии рабочего дня составляется фактический и нормальный баланс рабочего времени, представленный в таблице 8.2 «Фактический и нормативный баланс рабочего времени»

Таблица8.2 - Фактический и нормативный баланс рабочего времени

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Затраты рабочего времени | Фактический баланс | | Нормативный баланс | | |
| мин | % | мин | % | |
| Подготовительно-заключительные операции | 15 | 5.66 | 15 | | 5.66 |
| Нерегламентированные перерывы | 63 | 23.77 | 63 | | 23.77 |
| Оперативное время | 112 | 42.26 | 112 | | 42.26 |
| Время на личные нужды | 17 | 6.42 | 17 | | 6.42 |
| Обслуживание рабочего места | 58 | 21.89 | 58 | | 21.89 |
| Итого | 265 | 100 | 265 | | 100 |

Источник: информация полученная в организации

В нашем случае нормативный и фактический баланс совпадают, так как в течение наблюдения не было поломок используемого оборудования и перерывов из-за нарушения трудовой дисциплины. Не смотря на это процент оперативного времени составляет - 42.26 %, что говорит о нефункциональной работе продавца. Для более рационального использования рабочего времени торгового персонала во время длительного отсутствия покупателей можно расфасовывать товары (колбасные изделия), которые поступают в зал самообслуживания ,непосредственно за прилавком (эту работу осуществляет специально выделенный продавец).

Хронометраж – метод изучения затрат времени на циклически повторяющиеся операции.

Хронометраж затрат времени продавца продовольственных товаров представлен в Таблице 8.3 «Результаты хронометража трудовой операции продавца».

Таблица 8.3 - Результаты хронометража трудовой операции продавца

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Элемент операции | Продолжительность операции по номерам наблюдений, с | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | 1 | | 2 | 3 | 4 | | 5 | 6 | | 7 | 8 | | 9 | 10 | | 11 | 12 | | 13 | 14 | | 15 | 16 | | 17 | 18 | | 19 | 20 | |
| Узнать наименование продукта | 4 | | 4 | 2 | 2 | | 3 | 4 | | 3 | 3 | | 4 | 3 | | 2 | 3 | | 4 | 10 | | 5 | 3 | | 4 | 6 | | 5 | 6 | |
| Подойти к таре с продуктом | 4 | 3 | | 5 | | 10 | 18 | | 10 | 8 | | 7 | 9 | | 10 | 7 | | 8 | 8 | | 9 | 9 | | 10 | 11 | | 6 | 12 | | 13 |
| Достать продукт | 4 | 5 | | 6 | | 5 | 5 | | 6 | 6 | | 3 | 8 | | 3 | 6 | | 5 | 8 | | 7 | 7 | | 8 | 8 | | 4 | 6 | | 6 |
| Взять нож | 1 | 1 | | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 3 | 1 | | 1 | 2 | | 2 | 3 | | 3 | 3 | | 2 | 2 | | 2 | 4 | | 2 |
| Отрезать необходимое количество продукта | 10 | 10 | | 11 | | 8 | 10 | | 15 | 7 | | 8 | 10 | | 7 | 10 | | 12 | 18 | | 27 | 20 | | 10 | 12 | | 14 | 17 | | 16 |
| Взвешивание | 4 | 3 | | 3 | | 4 | 3 | | 4 | 3 | | 4 | 3 | | 4 | 4 | | 2 | 4 | | 4 | 2 | | 2 | 3 | | 3 | 3 | | 3 |
| Печатание чека | 1 | 1 | | 1 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 1 | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 1 |
| Наклеивание чека | 2 | 2 | | 5 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 2 | | 2 | 4 | | 3 | 3 | | 2 | 2 | | 3 | 4 | | 2 | 2 | | 3 |
| Выдача товара | 2 | 5 | | 4 | | 2 | 2 | | 4 | 5 | | 2 | 3 | | 3 | 3 | | 2 | 3 | | 3 | 3 | | 2 | 5 | | 2 | 2 | | 2 |
| Общая продолжительность операции | 32 | 34 | | 49 | | 37 | 47 | | 46 | 38 | | 33 | 42 | | 35 | 40 | | 29 | 53 | | 67 | 53 | | 42 | 51 | | 41 | 53 | | 52 |

Источник: информация полученная в организации.

Для анализа хронометража проведем оценку устойчивости хроноряда, где коэффициент устойчивости будет больше, 2 приведем ряд к устойчивому. По данным устойчивого хроноряда определим средне арифметическую продолжительность каждого элемента в отдельности , а затем в целом. Расчеты представлены в таблице 8.4 «Результаты анализа хронометража»

Таблица8.4 - Результаты анализа хронометража

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Элемент операции | | Первоначальный коэффициент устойчивости | Приведенный коэффициент устойчивости | | средне арифметическая продолжительность элемента, с |
| Узнать наименование продукта | | 5,00 | 2,00 | | 4 |
| Подойти к таре с продуктом | | 6,00 | 1,86 | | 9.4 |
| Достать продукт | 2,67 | | 2,00 | 6.1 | |
| Взять нож | 4,00 | | 2,00 | 2.3 | |
| Отрезать необходимое количество продукта | 3,86 | | 2,00 | 13 | |
| Взвешивание | 2,00 | | 2,00 | 3.3 | |
| Печатание чека | 2,00 | | 2,00 | 1.8 | |
| Наклеивание чека | 2,50 | | 2,00 | 2.4 | |
| Выдача товара | 2,50 | | 2,00 | 2.6 | |
| Средняя продолжительность операций |  | |  | 44.9 | |

Из таблицы видно, что среднее время отпуска покупателя составляет 44.9 секунды. Это говорит о том, что продавец работает рационально, так как на обслуживание покупателя в среднем должно быть потрачено не более 60 – 70 секунд. Для уменьшения затрат времени на совершение покупки для данного продавца можно порекомендовать: более удобно и рационально расположить товар за прилавком; использовать нож с более лучшими органолептическими характеристиками.

**Заключение**

Предприятие «Витебские продукты» - открытое акционерное общество. Объединение включает 38 магазинов розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами в г. Витебске, отдел техники, стройгруппу, гараж. Административное здание находится на ул. Суворова, 12/1. Общая торговая площадь составляет 7695,4 кв. м.

В ОАО «Витебские продукты» имеются практически все основные типы торгового оборудования, включая холодильные и морозильные камеры марки «Вiта-01» для хранения скоропортящихся товаров, торговые горки, прилавки, прилавки-витрины, кассы, инвентарь для проверки размеров и качества товаров, для проверки качества яиц и вин на просвет (овоскопы и виноскопы), измерительные инструменты (кронциркули, штангенциркули), приспособления и приборы для проверки точности хода часов, исправности электроприборов и электроламп.

К инвентарю для отборки товаров покупателями относят специальные тележки и корзины.

Для выкладки и рекламы товаров служат различные подставки, лотки, кронштейны и корзинки.

Все это оборудование и различные приспособления помогают торгово-оперативному персоналу при осуществлении розничной торговли на ОАО «Витебские продукты». Форма розничной торговли является стационарная розничная торговля. Предприятие довольно часто участвует в сезонных и праздничных ярмарках, проводимых администрацией города.

В ОАО «Витебские продукты» применяются следующие методы розничной торговли:

* самообслуживание;
* обслуживание через прилавок;

Доставка товара осуществляется централизованным и децентрализованным методом,

Приемка товара осуществляется материально ответственными лицами в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 26 апреля 1996 г. № 285 «Положение о порядке приемки товаров по количеству и качеству». Правила приемки товаров, установленные этим документом, применяются во всех случаях, когда иной порядок не предусмотрен нормативно-технической документацией, договором или другими обязательными нормативными актами.

Принятые по количеству и качеству товары перемещают в зоны хранения для создания необходимого размера товарных запасов. Данная технологическая операция обеспечивает выполнение последующих функций технологического процесса, связанных с организацией рациональной технологии продажи товаров.

Товары хранятся на складах и непосредственно в торговом зале. Товары, поступающие в таре-оборудовании, могут поступать из мест приемки непосредственно в торговый зал для размещения их на местах продажи.

Ответственность за правильное хранение товаров несут материально ответственные лица, которыми являются заведующие складскими помещениями и продавцы (хранение рабочего запаса).

В магазине ОАО «Витебские продукты» № 23 «Прогресс» склад делится на помещения для хранения товаров (по принципу товарного соседства), помещения для хранения тары и инвентаря.

На складе магазина используется стеллажный и штабельный способы укладки товаров.

В ОАО «Витебские продукты » применяется повременно-премиальная система оплаты труда на основании табеля.

Премия работникам ОАО «Витебские продукты» выдается за выполнение и перевыполнение плана и в зависимости от величины полученной прибыли.

В процессе прохождения практики мы ознакомились с деятельностью торгового предприятия «Витебские продукты», основными нормативными документами, регламентирующими деятельность предприятия, функциональными обязанностями товароведа и экономиста, структурными подразделениями торгового предприятия, режимом их работы и применяемым оборудованием.

**Список использованных источников**

1. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: Учебное пособие. / С.Н. Виноградова.- Мн.: Высшая школа, 1998. – 176с.

2. Виноградова, С.Н. Организация и технология торговли: Учебное пособие. / С.Н. Виноградова.- Мн.: Высшая школа, 1998. – 224с.

3. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли. /Л. П. Дашков, В. К. 1999. – 448с.

4.Осипова, Л. В.Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов.- 2-е Памбухчиянц.- М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», изд., перераб. и доп./ Л. В. Осипова, И.М. Синяева.- М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000.- 624с.

5.Панкратов ,Ф.Г. Коммерция и технология торговли. /Учебник для высших торгово-экономических учебных заведений./ Ф.Г. Панкратов, В.К. Памбухчиянц .- М.:1994.-220 с.

6 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для высших и средних специальных заведений./ Ф.Г. Панкратов, Т.К. Сетёгина. -М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998.-238с.

7. Прокушев, В.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебно-практическое пособие./ Е.Ф. Прокушев. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999.-208с.