**Введение**

В настоящее время потребителям продовольственных и непродовольственных товаров предоставляется широкий выбор форм оптовой и розничной продажи. Большая часть населения нашей страны пользуется услугами розничной торговли, оборот которого по продаже продовольственных товаров увеличивается из года в год. В последнее время большое распространение получила торговля продовольственными товарами посредством сети продуктовых супермаркетов.

По видам и особенностям устройства предприятия розничной торговли подразделяют на магазины, магазины-склады, павильоны, палатки, автомагазины. Магазины располагают набором помещений и оборудованием, необходимыми для выполнения разнообразных торгово-технологических операций. Размещены магазины в капитальных стационарных зданиях.

С учетом типа здания и особенностей его объемно-планировочного решения предприятия розничной торговли подразделяют на отдельно стоящие, встроенно-пристроенные и торговые комплексы, они также бывают одноэтажные, многоэтажные, с подвальными помещениями или без них.

Одно из главных требований к подготовке специалистов высшей квалификации – её связь с практикой, знание конкретных задач, особенностей будущей практической деятельности. Важным звеном этой связи является товароведно-торговая практика [4].

Целями преддипломной практики являются: закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности конкретных организаций; приобретение первоначального практического опыта по избранной специальности; сбор необходимого материала для выпускной квалификационной работы.

Для реализации данных целей были поставлены и решены следующие задачи:

– овладеть навыками работы товароведа в торговом предприятии;

– научиться оперативно реагировать на быстроизменяющийся спрос потребителей;

– уметь формировать оптимальный ассортимент товаров для конкретных групп потребителей;

– ориентироваться в конъюнктуре рынка и грамотно формировать товарную политику конкретного предприятия;

– освоить на практике процедуры идентификации товаров;

– уметь работать с товарно-сопроводительной и технической документацией на торговом предприятии [9].

Актуальность данной практики определяется тем, что торговля является одной из основных отраслей народного хозяйства, поскольку она обеспечивает обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления. Её можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

Завершение процесса обращения товаров происходит в розничной торговой сети. Она представляет собой совокупность большого числа предприятий, различающихся по ряду признаков (ассортименту реализуемых товаров, размеру торговой площади, величине товарооборота и др.) [4].

**1. Характеристика организационно-хозяйственной деятельности торгового предприятия**

* 1. **Общая характеристика предприятия**

ООО «Монетка» – общество с ограниченной ответственностью, основной вид деятельности – оказание розничных услуг населению по розничной продаже продовольственных товаров универсального ассортимента и непродовольственных товаров частого спроса, зарегистрировано администрацией.

Универсам «Монетка» находится по адресу: г. Курган, ул. К. Мяготина 106/1. Торговая точка имеет удобное место расположения для граждан города. Режим работы магазина с 9.00 до 21.00 ч. ООО «Элемент-Трейд» ТС «Монетка» имеет свой расчетный счет по основной деятельности, круглую печать, товарный знак со своим наименованием, другие штампы и печати, иные реквизиты. Разработана своя учетная политика и план счетов.

Как юридическое лицо ТС «Монетка» действует на основании Устава. Основной целью создания является получение прибыли через организацию оптовой и розничной торговли продуктовыми товарами [10].

Этот универсам по типу розничного торгового предприятия можно назвать «Продтовары» – универсам по торговле несколькими группами продовольственных товаров и дополнительно непродовольственными товарами частого спроса. По виду пункта розничной торговли – стационарный. Он имеет торговый зал, складские и подсобные помещения. Специализация универсам – смешанная, однако реализация продуктов питания производится в широком ассортименте.

19 апреля 2001 года открылся первый магазин «Монетка» в Екатеринбурге. К концу года в составе сети было открыто уже 3 универсама.В июле 2006 года начинаются работы в Курганской области.

В универсаме покупателей обслуживают одновременно 2 продавца, 2 продавца-кассира, заместитель директора, директор, товаровед, которые очень любезны. На работу принимается и работает персонал практически без высшего образования. Заместитель директора или сотрудники магазина обучают на месте новых сотрудников. Продавцы на работе находятся в соответствующей одежде – фирменные жилетки, у них так же имеются бейджики, что не затруднит покупателя обратиться к персоналу по интересующему вопросу. Все сотрудники универсама соблюдают санитарные правила и регулярно проходят медицинский осмотр.

В течение дня продавцы содержат свое рабочее место в чистоте. Несколько раз в день в универсаме проводят влажную уборку. В универсаме находится уголок покупателя, в котором имеется книга отзывов и предложений.

Торговый зал имеет форму прямоугольника. Он свободен от колонн, опор, выступов и расположен на одном уровне с кладовыми, холодильными камерами. Благодаря такой форме покупатель хорошо ориентируется, здесь создаются условия для наиболее рациональной расстановки торгового оборудования, организации кратчайших путей движения покупателей, персонала универсама и товаров. Помещения для приемки и разгрузки товаров находятся у разгрузочной платформы. Помещения имеют различное торговое оборудование.

Кладовые для хранения кондитерских изделий, бакалейных товаров оборудованы полочными стеллажами и подтоварниками, а так как магазин торгует скоропортящимися товарами, то он имеет холодильные камеры. Недостатком в планировке и размещении магазина является малая и неудобная парковка для транспорта покупателей. Въезд поставщиков и разгрузка товаров происходит со стороны тратуара.

При размещении добиваются, чтобы все товары, находящиеся в продаже, были хорошо видны, чтобы уменьшить случаи товарных потерь и максимально использовать площадь и объем выкладки. Все образцы товаров имеют оформленные и заверенные ценники.

* 1. **Структура управления торгового предприятия**

Высшим органом управления ООО «Элемент-Трейд» является общее собрание участников. Учредительными документами ООО «Элемент-Трейд» являются учредительный договор, подписанный учредителями, и утвержденный ими устав [10].

В уставе отмечен размер начального капитала, указываются вид и сфера деятельности сети, установлена форма управления торговой сетью, указываются адреса и названия магазинов. Документ, подтверждающий государственную регистрацию предприятия, подтверждающие права собственности на имущество, находящееся на его балансе, внутренние документы, заключение ревизионной комиссии, аудитора, государственных и муниципальных органов финансового контроля, все эти документы хранятся в главном офисе компании,в филиалах представлены копии. Исполнительным органом общества, осуществляющим руководство его текущей деятельностью, является Генеральный директор (Приложение А).

В состав персонала магазина входят 12 человек: 1 директор, 1 товаровед, 2 заместителя директора, 3 продавца-кассира, 4 продавца-универсала, 1 технический работник. Широким кругом обязанностей обладает товаровед, который должен следовать должностной инструкции (Приложение Б)

Заместитель директора магазина обеспечивает общий контроль за сохранностью товаров, торгового оборудования и прочих материальных ценностей, за своевременным проведением инвентаризации товаров, торгового оборудования, прочего имущества предприятия. Рассматривает претензии, связанные с неудовлетворительным обслуживанием покупателей, проводит необходимые организационно-технические мероприятия. Осуществляет контроль за соответствующим оформлением товарных секций, торгового зала, помещения предприятия в целом. Контролирует соблюдение работниками трудовой и производственной дисциплины.

Продавец-кассир: производит полную предпродажную подготовку товаров (проверку сортности, соответствия маркировки, распаковку, осмотр внешнего вида); сообщает товароведу о случаях обнаружения товаров, несоответствующих требованиям предпродажной подготовки; размещает и выкладывает товары по группам, видам с учетом товарного соседства; осуществляет предложение и показ товаров покупателям; занимается расклеиванием ценников на товары и их заменой; осуществляет контроль над сохранностью товаров, торгового оборудования; осуществляет операции по отражению в ККМ всех полученных от покупателей денежных сумм в соответствии с руководством по эксплуатации для соответствующего типа контрольно-кассовых машин; в конце смены снимает кассу, сдает полученные от покупателей деньги главному кассиру; обеспечивает бесперебойную работу кассы, находится в рабочее время на своем рабочем месте; обеспечивает сохранность денег, находящихся в кассе, контрольно-кассовой машины и прочих материальных ценностей [4].

На предприятии принята линейно-функциональная структура управления. Для данной структуры характерны черты централизованной организации, это означает, что руководство высшего звена оставляет за собой большую часть полномочий, необходимых для принятия важных решений.

* 1. **Основные экономические показатели работы торгового предприятия**

Прибыль – превышение в денежном выражении доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и сбыт этих товаров и услуг. Это один из наиболее важных показателей финансовых результатов хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства (организаций и предпринимателей), ради которого и осуществляется предпринимательская деятельность [7].

Курган характеризуется высоким потребительским спросом, что позволяет расценивать данный регион, как регион для потенциального роста и расширения розничной торговли ООО «Элемент – Трейд». Чтобы наиболее полно представить экономическую ситуацию на предприятии, необходимо произвести расчет данных и дать полную экономическую характеристику производства предприятия (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели экономической эффективности работы предприятия в динамике (руб.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2013 год | 2014 год | Темп роста в% |
| Среднемесячная выручка | 4486388 | 4768707 | 106,3 |
| Себестоимость | 3878475 | 4115952 | 106,1 |
| Валовый доход | 607913 | 652755 | 107,4 |
| Общие расходы | 466088,8 | 484393 | 103,9 |
| Чистая прибыль | 141824,2 | 168362 | 118,7 |
| Рентабельность | 3,16 | 3,53 | 111,7 |

Прибыль предприятия в 2014 г. по сравнению с 2013 г. увеличилась на 18,7%, среднемесячная выручка на 6,3%, общие расходы на 3,9%. Товарооборот увеличился, так как в одном помещении с «Монеткой» открылись несколько частных пунктов продажи непродовольственных товаров: цветы, очки, часы и отдел мелкого ремонта. Это значит, что возросло число потенциальных покупателей. Издержки обращения увеличились, т.к. увеличилось число работников и это повлекло за собой увеличение расходов на заработную плату, попутные офисные расходы, возросло численное значение налогов. Но, несмотря на увеличение издержек, прибыль увеличилась.

* 1. **Технологическое оборудование торгового зала и подсобных помещений**

В универсаме соблюдаются правила торговли. Для обеспечения бесперебойной работы имеются 2 кассовых аппарата. Из торгового оборудования – весы, торговые стеллажи, витрины, горки, поддоны, столы для бракеража товаров и фасовки.

В торговом зале продукцию располагают таким образом, чтобы покупатель мог хорошо видеть этикетки, наименование продукта, и т.д. Ассортимент товаров представлен очень широко. В универсаме «Монетка» покупатель пользуется самообслуживанием, что очень удобно для хорошего и внимательного выбора продукта.

В универсаме «Монетка» имеется ряд оборудования: стационарное, переносное и вспомогательное. К стационарному оборудованию можно отнести: стеллажи, витрины, разделочные столы, хлебные полки. Снаружи данная мебель облицована ламинарным шпоном, что в условиях магазина очень важно, с точки зрения санитарии. Витрины на предприятие представлены двумя видами: холодильные и просто витрины. В первом случае холодильная витрина выполняет и роль прилавка. Ещё одна холодильная витрина, более современной марки «Атлант», витрина данного типа оснащена антибактериальной подсветкой, что способствует не распространению болезнетворных бактерий и неприятного характерного для холодильников запаха. В подсобных помещениях располагаются бытовые холодильники «Юрюзань», «Полюс», «Атлант».

В этом универсаме используется контрольно – кассовые машины марки АМС-100 Ф, которые имеют 4 секционные клавиши, работают в десяти режимах (калькулятор, вывод контрольной ленты, вывод итоговой суммы, показание ввода, ввод даты, времени, текстовой информации). Также для подсчёта стоимости покупки продавцы используют калькулятор.

**2. Принципы формирования ассортиментной политики торгового предприятия**

В универсаме «Монетка» можно увидеть богатый ассортимент различных групп товаров.

Ассортимент*–*это набор товара, формируемый по определённым признакам и удовлетворяющий разнообразные или аналогичные потребности.

Ассортимент данной торговой точки по месту её нахождения является торговым, то есть это набор товара, формируемый торгующей организацией.

В зависимости от широты охвата он является смешанным, то есть это товарный ассортимент различных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием.

По степени удовлетворения потребностей является рациональным, то есть это ассортимент, который наиболее удовлетворяет потребности, обеспечивает максимальное качество жизни [7].

В ассортимент универсама «Монетка» входят следующие товары:

1) Хлебобулочные изделия, такие как: хлеб, булочки, батоны.

2) Молочные продукты, такие как: молоко, сметана, молоко концентрированное и молочнокислые продукты, творог.

3) Колбасы: варёная, копчёная, полукопчёная, сырокопчёная, сервелат, ветчина.

4) Рыба и морепродукты: солёные, свежемороженые, копчёные, сушеные, вяленые.

5) Полуфабрикаты: пельмени, хинкали, вареники с различной начинкой, манты, биточки, котлеты, шницели, зразы.

6) Изделия копчено-варёные: окорок, рулька, шейка, грудинка, копчёная курица, ребрышки, шпик.

7) Консервы: рыбные, мясные, паштеты, овощные, фруктово-ягодные, маринады, соления.

8) Мясо: свинина, говядина, мясо птицы.

9) Сыры: твёрдые, копчёные, плавленые.

10) Напитки безалкогольные: газ-вода, минеральные воды, соки, нектары, энергетические напитки, холодные чаи.

11) Напитки слабоалкогольные: пиво, коктейли, джин тоники.

12) Вино – водочные изделия: водка, вина, ликеры, коньяк.

13) Чай: черный, зелёный, каркаде.

14) Кофе

15) Приправы и специи: соль, уксус, перец, гвоздика, корица, ванилин, лимонная кислота, шафран, куркума, хмели – сунели, петрушка, укроп, специализированные для определённых блюд.

16) Крупы: гречневая, манная, овсяная, рисовая, ячневая, перловая, гороховая, пшенная.

17) Мука: высший сорт, первый сорт.

18) Сахар: песок, рафинад.

19) Масла и жиры: сливочное, растительное, маргарин, майонез.

20) Кондитерские изделия: конфеты, печенья, вафли, торты, кексы, рулеты, мармелад, зефир, сухари, шоколад.

21) Сигареты.

22) Фрукты, овощи, ягоды: апельсины, бананы, персики, абрикосы, виноград, памело, лимоны, клементины, мандарины, помидоры, огурцы, яблоки, груши, капуста, лук, чеснок, картофель.

23) Орехи и сухофрукты: грецкие орехи, арахис, фисташки, фундук, курага, чернослив, изюм, семечки.

24) Какао.

25) Кисель.

26) Кетчуп, томатная паста, аджика.

27) Жевательные резинки.

28) Снеки: кукурузные палочки, чипсы, сухарики.

29) Деликатесы.

30) Макаронные изделия и т.д.

Устойчивость ассортимента – это количество видов, разновидностей, наименований товаров пользующихся устойчивым спросом. Для того чтобы выявить устойчивость ассортимента универсама «Монетка» проводят маркетинговые исследования, такие как: методы анализа документов о реализации товаров и наблюдение.

Степень обновления зависит от заявок покупателей. Поэтому она не постоянна, так как связана с определенным риском, то есть новые товары не всегда пользуются спросом. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товара подразделяются на: общие и специальные.

К общим факторам относятся: спрос – это потребность, подкреплённая покупательской способностью; рентабельность производства – определяется себестоимостью и издержками обращения.

К специальным факторам формирования ассортимента относят: материально – техническая база товарного производства; достижение научно – технического прогресса; специализация торгующей организации; методы стимулирования сбыта и формирование спроса – рекламная поддержка; материально – техническая база торговой организации – наличие складов и стеллажей для выкладки товаров [7].

Изучение спроса покупателей проводится следующим образом: завозится пробная партия товара, после его реализации выявляется спрос.

При формировании ассортимента в универсаме «Монетка» принимались во внимание все выше перечисленные факторы. Но основным фактором являлось то, что необходимо обеспечить продуктами, по доступной цене, малообеспеченные слои населения.

Для того, чтобы увеличить спрос на товар, в данном универсаме имеются такие средства рекламы как плакаты, листовки, вывески, наклейки, ярлычки. А также проводятся агитации с помощью средств массовой информации.

**3. Организация закупок и заказов товаров**

Главным источником товаров в универсаме являются Челябинские и местные оптовые базы, а также места непосредственного производства товаров. Таким образом, товаровед универсама «Монетка» делает заявки на товары там, где они дешевле, что вполне экономически обосновано. В результате цены в универсаме поддерживаются на одном уровне.

При приобретении товара на базах, к товару обязательно прилагается товарная накладная, счёт-фактура, сертификат о качестве, ветеринарное свидетельство (для мясных товаров) а также удостоверение о качестве и безопасности (Приложение В)*.*Вся перечисленная документация хранится на весь срок реализации товара, она необходима на случай любой проверки универсама.

Прежде чем осуществить закупку товара необходимо сначала оформить заявку на него. Для этого проводится анализ товара, имеющегося в наличие на торговом предприятии, с целью выявления товаров, которые нужно докупить. После их выявления оформляется заявка, в которой указывается: наименование товаров и необходимое их количество. Данная заявка подается туда, где будет осуществляться закупка товара (оптовая база, либо непосредственное место производства товара). После подачи заявки на товар между сторонами заключаются договора о поставке продукции.

Поставщик обязуется передать в собственность покупателя заказанный товар в определённую дату и время, а покупатель обязуется принять товар и оплатить.

В худшем случае все споры, возникающие во время исполнения настоящего договора, разрешаются в судебном порядке, предусмотренном гражданским законодательством, действующим на территории Российской Федерации [8].

Поставщиками универсама являются оптовые предприятия, предприятия-изготовители, а также лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью.

Основанием для завоза товаров в универсам служит заявка. В универсам «Монетка» заказ товара производится по интернету. Товары могут доставляться в универсам централизованным и децентрализованным методами.

Документальное оформление поступления товаров регулируется действующими техническими условиями, условиями поставки, договорами купли-продажи.

Принимают товары согласно сопроводительным документам, в которых указаны предприятие – изготовитель, дата его составления, наименование продукции и его количество. При изучении документации, сопровождающей продукт, были отмечены следующие документы: товарно-транспортные накладные, сертификаты соответствия.

**4. Порядок проведения количественной и качественной приемки товаров**

Приёмку товаров осуществляют по накладным материально ответственные лица. В универсаме «Монетка» приёмку товара осуществляет товаровед. Приёмка осуществляется в день доставки товаров поставщиком покупателю.

Транспортные средства, доставляющие товары в универсам, без задержки принимаются и разгружаются. Разгрузку осуществляют с соблюдением общих правил выполнения погрузочно-разгрузочных работ.

Поступившие в универсам товары доставляются в зону приёмки. Приёмка товаров является одной из важных операций торгово-технологического процесса универсама. Приёмка товаров производится не позднее одного часа с момента выгрузки автомобиля.

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

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; подлинный транспортный документ; удостоверение представителя, выделенного для участия в приемке; первичный акт о приостановлении приемки, составленный в магазине при обнаружении недостачи [8].

Акт приемки товаров должен быть утвержден руководителем (заместителем) торговой организации получателя не позднее чем на следующий день после его составления (Приложение Г).

Рассмотрим приемку по количеству и качеству на примере партии колбасных изделий. При поступлении партии товара в торговое предприятие ООО «Элемент-Трейд» товаровед магазина проверяет сопроводительные документы: товарную накладную, счет-фактуру и удостоверения качества. Наименование поступившей продукции должно совпадать с наименованиями, указанными в сопроводительных документах. После проверки документов товаровед проводит количественную приемку – пересчет единиц товаров и взвешивание, поступивших на торговое предприятие и проверка его с количеством и весом, указанным в сопроводительных документах [12].

Приемка по качеству в ООО «Элемент-Трейд» осуществляется следующим способом. Товаровед проверяет целостность упаковки, наличие читаемой маркировки, а также дату выпуска и срок годности продукции, наличие видимых дефектов и посторонних запахов. В результате приемки партий колбасных изделий от поставщиков «Велес» и КМК «Стандарт» были проведены успешно. Данные партии продукции соответствовали требованиям стандарта, условиям договора и сопроводительным документам, поэтому товаровед магазина принял данный товар.

После всех пересчетов и осмотра каждого продукта, товаровед подписал товарно-транспортную накладную – один экземпляр, которой возвращается поставщику, а второй остается в магазине. В целом, приемка по количеству и качеству в ООО «ЭлементТрейд» проводится без нарушений, особое внимание уделяется срокам годности, а также соответствию количества и веса продукции, заявленному в документах.

**5. Порядок оформления товарно-сопроводительных документов**

Движение товара фиксируется в товаросопроводительных документах (счетах-фактурах, товарно-транспортных накладных, накладных), количество оформляемых экземпляров которых зависит от условий получения товара покупателем, вида организации поставщика, места передачи товара и т.д.

Для учета поступления товаров в универсаме используются товаросопроводительные документы, которыми сопровождается движение товаров от поставщика к потребителю – это счета-фактуры, накладные, а также счета и денежные документы: приходный и расходные кассовые ордеры, платежное поручение или требование-поручение [12].

Одним из основных сопроводительных документов является накладная, которая в торговом предприятии играет роль как приходного, так и расходного товарного документа. Накладная может иметь типографскую (в виде бланка) или произвольную форму, принятую в работе конкретного предприятия (Приложение Д).

Накладная подписывается материально-ответственными лицами, сдавшими и принявшими товар, и заверяется круглыми печатями предприятий поставщика и получателя. Количество экземпляров, в которых выписывается накладная, зависит от условий получения товаров и принятой на предприятии системы учета и отпуска товаров. Товаросопроводительные документы сопровождаются документами, подтверждающими качество и безопасность продукции производителем (поставщиком) – это сертификаты соответствия, удостоверения о качестве, санитарно-эпидемиологические заключения, ветеринарные свидетельства (Приложение Е).

Поступивший на склад предприятия товар принимают по количеству и качеству. Если количество и качество товара соответствует, указанному в товаросопроводительных документах, то на накладной проставляются штамп предприятия, что подтверждает факт приемки товаров и соответствие принятых товаров данным, приведенных в сопроводительных документах. Обязательно должна быть указана дата приемки (очень важна при наступлении разногласий в отношении наступления обязательств согласно условиям договора).

Отчет о наличии и движении товаров составляется материально ответственными лицами. Основанием для составления товарного отчета являются первичные приходные и расходные документы. Товарные отчеты составляются в двух экземплярах. Первый экземпляр отчета вместе со всеми оправдательными документами, подтверждающими поступление или выбытие товаров, представляются в бухгалтерию организации, а второй с распиской бухгалтера о приеме отчета остается у материально ответственного лица.

Своевременность и полноту оприходования поступивших товаров, правильность их списания, а также правильность составления отчетов материально ответственными лицами обязан проверять бухгалтер. Отчеты материально ответственных лиц с приложенными к ним документами служат основанием для отражения в бухгалтерском учете операций по поступлению и выбытию товаров/

В процессе приемки, хранения, подготовки к отпуску и реализации товаров могут быть обнаружены товары ненадлежащего качества, которые подвергаются обязательному документированию. При этом составляется акт о порче, бое, ломе (товара, материала), который устанавливает какой товар, в каком количестве, по каким причинам производится уценка или списание товара.

Также списание и уценка товаров могут быть произведены и при инвентаризации. При этом инвентаризационная комиссия составляет акт с приложением полной описи брака [5, 12].

**6. Идентификация колбасных изделий**

**6.1 Основные виды и способы идентификации товара**

В связи с актуальностью проблемы идентификации и фальсификации товаров необходима разработка мероприятий по своевременному выявлению и предотвращению подделки (фальсификации) товаров. Инструментом для определения фальсификации является идентификация.

Идентификация – это отождествление, установление совпадения чего-либо с чем-либо. При идентификации выявляют соответствие наименования товара наименованию, указанного на маркировке, и / или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям. В зависимости от назначения различают виды идентификации: ассортиментная (видовая), качественная и товарно-партионная (товарной партии).

Ассортиментная (видовая) идентификация – это установление соответствия наименования товара по ассортиментной принадлежности и предъявляемым к нему требованиями.

Качественная идентификация – это установление соответствия требованиям качества, предусмотренным нормативной документацией; при этой идентификации устанавливаются градации качества: стандартная, нестандартная, условно пригодная на пищевые цели (для продуктов питания) или непригодная.

Товарно – партионная идентификация – один из наиболее сложных видов деятельности, т.к. часто отсутствуют или не очень надежны критерии для идентификации. Например, очень трудно установить принадлежность товара определенного наименования произведенного колбасным заводом, но разными сменами или мяса от разных поставщиков [6].

В качестве идентификации для каждого товара должны быть выбраны характерные показатели: маркировка; показатели качества.

Перечень показателей, используемых при идентификации колбасных изделий:

– наименование и местонахождение изготовителя (юридический адрес, включая страну, и, при несовпадении с юридическим адресом, адрес изготовителя);

– товарный знак изготовителя (при наличии);

– вид, наименование и сорт продукта;

– состав продукта;

– пищевые добавки.

– информацию о пищевой ценности.

– дату изготовления;

– срок годности;

– условия хранения;

– массу нетто (для фасованной продукции);

– надпись «упаковано под вакуумом» (в случае упаковки под вакуумом);

– обозначение настоящего стандарта;

– информацию о подтверждении соответствия.

На сосисках и сардельках в искусственной оболочке допускается указывать:

– наименование и адрес изготовителя;

– вид, наименование и сорт продукта;

– обозначение настоящего стандарта.

Способ и место нанесения даты изготовления на каждую единицу продукции может выбирать изготовитель. Допускается наносить информацию на специальное выделенное место на маркированной оболочке, а также наклеивать или закреплять в виде этикетки. Разрешается наносить дополнительные сведения информационного и рекламного характера, относящиеся к данному продукту [3, 5].

Транспортная маркировка – с нанесением манипуляционных знаков: «Скоропортящийся груз», «Ограничение температуры».

Ярлык с маркировкой, характеризующей продукцию, наклеивают на транспортную тару с указанием:

– наименования и местонахождения изготовителя (юридический адрес, включая страну, и, при несовпадении с юридическим адресом, адрес изготовителя);

– товарного знака (при наличии);

– вида, наименования и сорта продукта;

– даты изготовления;

– условий хранения;

– срока годности;

– обозначения настоящего стандарта;

– информации о подтверждении соответствия;

– количества упаковочных единиц (для фасованной продукции).

Требования к маркировке колбасной искусственной оболочки изложены в стандартах на продукцию. По маркировке оболочки, можно установить: наименование и сорт продукции. При отсутствии маркированной оболочки идентификацию осуществляют по форме вязки. Требования по вязке изложены в НД на продукцию.

Аналогичный ярлык вкладывают в каждую единицу транспортной тары. Допускается не наносить транспортную маркировку на многооборотную тару.

В соответствии с ГОСТ Р 51074–2003 «Продукты пищевые». Общие требования массовая доля белка, жира и энергетическая ценность колбас должна быть указана на маркировке. Эти показатели позволяют идентифицировать продукт [11].

**6.2 Современные средства автоматической идентификации товаров**

Идентификация товаров в магазине «Монетка» осуществляется автоматизированным способом – с помощью штрих-кодирования. Кодирование – это система условных обозначений. Кодовая система является носителем определенной информации о товаре, необходимой для оперативного осуществления коммерческих операций. Каждый товар имеет свой индивидуальный цифровой код, который присутствует на всех документах, фиксирующих товарные операции.

Внедрение информационных технологий означает не просто наличие компьютерной системы управления, еще это означает наличие цифровых устройств в точках первичного сбора информации, призванных облегчить ввод информации, уменьшить число ручных операций и минимизировать число ошибок при вводе данных [4].

В качестве идентификатора можно использовать графические, магнитные, радиочастотные и электронные метки. Все они предназначены для автоматической идентификации и находят применение в различных сферах, но наибольшей популярностью пользуется графическая метка в виде штрих кода.

Автоматическая идентификация позволяет исключить «человеческий фактор» при идентификации продукции, товаров или документов. Данная технология основывается на двух принципах: на товаре, продукции нанесены идентификационные метки специального типа (штрих коды, радиометки); электронные устройства безошибочно читают информацию с меток и передают ее в базу данных.

ТСД исключительно прочны и удобны для длительной работы в сложных условиях. Терминалы читают метки и отображают на своем экране идентификационную информацию. Благодаря встроенному компьютеру, терминалы позволяют просматривать и изменять накопленные данные [12].

**7. Порядок проведения экспертизы товаров**

Правильная организация проведения товарной экспертизы играет важную роль в получении достоверных и объективных её результатов.

Процедура проведения экспертизы – это последовательность определенных операций, выполняемых экспертами. Количество операций, их последовательность, содержание определяются целями экспертизы и особенностями объекта экспертизы. Основные операции процедуры экспертизы можно разделить на три этапа: подготовительный (создание экспертной группы и формирование целей экспертизы); основной (исследования, выполняемые экспертами); заключительный (обработка результатов, их анализ, оценка и оформление экспертного заключения) [3].

Любая экспертиза начинается с ее заказа. Заказ может приниматься на основании контракта на экспертизу, либо по письменной заявке установленного образца.

Заявка может подаваться либо поставщиком, либо получателем товара. Также, экспертиза может быть назначена по решению арбитражных органов. В заявке необходимо указывать сведения, требуемые для идентификации товара, а также необходимые реквизиты заказчика и поставщика, нормативно-техническая документация (НТД) для определения качества товара. Помимо этого, в случае разрушающих испытаний, заказчик обязан указать свое согласие с разрушением товара в количестве, предусмотренном НТД.

После принятия решения по заявке, руководителем экспертной организации эксперту выписывается наряд на проведение экспертизы. В наряде указывается номер, дата поступления заявки, дата начала экспертизы, организация-заказчик, ее адрес, телефон, фамилии и должность представителей, наименование и место нахождения товара, его поставщик, а также задание эксперту, которое определяется целями и задачами экспертизы.

После завершения экспертизы на обратной стороне наряда фиксируется время работы эксперта в соответствии с условиями оплаты за экспертные услуги. Обратная сторона заверяется представителем заказчика. С целью упорядочения регистрации и поиска документов – заявке, наряду, акту экспертизы присваивается одинаковый номер [6].

Назначение эксперта руководство экспертной организации осуществляет с учетом квалификации и компетентности эксперта; его независимости от заказчика; наличия у него достаточного времени для обстоятельного проведения экспертизы.

Основной этап – это непосредственное проведение экспертизы. Началом его можно считать явку эксперта к заказчику экспертизы или сбор рабочей группы для проведения экспертной оценки.

Экспертиза начинается с изучения экспертом предъявленной документации. При проведении экспертизы эксперт руководствуется инструкцией о проведении экспертизы и другими нормативными документами.

Экспертиза проводится лично экспертом или группой экспертов. При проведении экспертизы все результаты экспертной оценки и другая информация, необходимая для составления акта экспертизы, записывается экспертом в рабочую тетрадь.

При оценке качества товаров эксперт должен согласовать номенклатуру показателей с заказчиком. Особое внимание эксперт должен обратить на те показатели, значения которых вызвали разногласия. Как правило, при экспертной оценке применяется номенклатура показателей, регламентированных стандартами или ТУ [3].

Экспертное исследование проводится сплошным или выборочным методом. При сплошной проверке – проверяется каждая единица продукции в партии, если контрактом (договором) не предусмотрена проверка качества выборочным методом, то осуществляется сплошная проверка (100%). При выборочной проверке эксперт должен отобрать выборку или объединенную пробу в соответствии с требованиями нормативных документов.

При необходимости определения физико-химических или микробиологических показателей эксперт должен отобрать образцы для испытательной лаборатории в соответствии с НТД. Образец (проба) пломбируется либо опечатывается личным штампом эксперта.

После отбора проб и соблюдения всех правил, гарантирующих их сохранность, составляется акт отбора образцов (проб). Содержащиеся в акте отбора образцов и на этикетках сведения должны дублировать друг друга. Акт отбора образцов подписывается всеми участвующими в отборе лицами. Их подписи заверяются печатью организации-заказчика.

Акт отбора образцов (проб) вместе с отобранным образцом (пробой) эксперт передает заказчику экспертизы для отправки на испытания или для хранения в качестве арбитражного образца. Акт составляется в нескольких экземплярах (копиях). Один акт отбора образцов прилагается к акту экспертизы, другой остается у заказчика, остальные прилагаются к образцам. Исправления в акте не допускаются. При их наличии они должны быть оговорены должным образом (подписаны всеми участниками отбора образцов).

Заключительный этап подразумевает составление необходимой документации для отчета о результатах экспертизы. Результирующим документом может стать акт экспертизы [12].

**8. Особенности продажи продовольственных товаров**

В данном универсаме реализация товара осуществляется путём самообслуживания. Это очень удобно, т.к. покупатель имеет непосредственный доступ к товарам. Этот метод является самым удобным для данного торгового предприятия.

При осуществлении предложения, а так же в момент продажи товаров продавцы-консультанты и кассиры ведут себя очень вежливо, соблюдают правила этикета, пытаются подробнее узнать, что конкретно необходимо покупателю, затем советуют ему наиболее лучший вариант покупки. После того как покупатель сделал свой выбор, он проходит на кассу, продавец-кассир взвешивает выбранный товар (если он разновесный), затем упаковывает, отбивает чек, отбивает сдачу (если она есть) и благодарит покупателя за покупку.

В универсаме «Монетка» отношения между покупателем и продавцом регулирует Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей».

В универсаме имеется книга жалоб и предложений, которая выдаётся по первому требованию покупателя. При оформлении записи покупатель ставит дату заполнения, пишет свои жалобы и предложения, после фамилия заявителя, домашний адрес или телефон.

При возврате или обмене покупки покупатель пишет заявление в установленном порядке. Покупатель имеет право на приобретение товаров хорошего качества. Вместе с приобретённым товаром покупатель получает кассовый или товарный чек.

На каждый товар устанавливается срок и условия хранения. Продажа товаров с истекающим сроком годности запрещена.

Закон предусматривает ответственность продавца за нарушения прав потребителей, имущественную ответственность за вред, причинённый вследствие недостатка товара, а также компенсацию морального вреда, размер которой определяет суд.

**9. Анализ условий и сроков хранения товаров на торговом предприятии**

В универсаме «Монетка» имеется складское помещение необходимое для хранения товаров, не помещённых в торговый зал. Площадь складского помещения 100 м². Имеется система вентиляции, благодаря этому в помещение нет сырости.

В складском помещение, располагается оборудование для хранения товаров такое как: холодильные установки, полки, стеллажи. Пакетированные товары хранят на поддонах и подтоварниках, товары в промышленной таре – на стеллажах и подтоварниках.

В основном используются бытовые холодильники «Полюс», «Атлант», в которых располагаются скоропортящиеся продукты, которые не поместились в витрине в торговом зале, но представлены на ней.

Режим хранения товаров прямо зависит от срока годности товара, а также от условий хранения и от температуры хранения. Для каждого вида товара, выше перечисленные факторы могут быть различны, то есть режим хранения для всех индивидуальный.

В помещении склада поддерживалась чистота. Ежедневно осуществлялось мытье полов, проветривание помещения, а также санитарной обработки подвергались все вспомогательные инструменты.

Подготовка товаров к продаже в магазине, начинается сразу же с момента приемки товара. При подготовке к продаже скоропортящихся товаров таких как: овощи, ягоды, фрукты изначально проводят отборку порченых товаров (если таковые имеются). Забракованные единицы в зависимости от степени порчи отправляются на утилизацию.

Для всех видов товаров предварительно изготавливают ценники, на которых указывается цена товара за штуку или за килограмм и дата его приёмки. Затем эти ценники расклеиваются непосредственно на товар, либо на стеллажи.

**10. Использование компьютерных технологий в торговом процессе**

Скорость обслуживания клиентов возросла благодаря широкому распространению штриховых кодов и устройств их обработки. Сканер штрих-кодов – не только эффективное средство повышения производительности труда кассиров и гарантия качественного обслуживания клиентов, но и символ престижа торговой организации.

Хорошая система учета продаж должна поддерживать работу со сканерами штриховых кодов и автоматически списывать товар со склада в момент его продажи. Но это типовое использование штрих – кодов не единственно возможное.

Терминал сбора данных – позволяет свести к минимуму временные затраты при оформлении документов с большим перечнем товаров. Приемка товара в современном магазине выглядет так: приемщик, с помощью терминала сбора данных сканирует штрих-код товара, вводит его количество и цену. Собранная таким образом информация передается на компьютер, где автоматически формируется приходная накладная.

Приемка товара – это всего лишь один из вариантов использования терминала сбора данных. С инвентаризацией, оформлением отгрузки большой партии товара теперь легко и быстро справится всего один человек [12].

Отличным дополнением к комплексу автоматизации учета служат электронные весы. Современные модели весов не только быстро и точно определяют вес, но и печатают штрих-код на самоклеющихся этикетках. Такой код содержит сведения и о самом товаре, и о его весе. Многие простые модели электронных весов не оборудованы встроенными принтерами, но имеют возможность подключения внешнего. Список наименований и цен товаров может быть загружен в память весов непосредственно из компьютера [7].

**Заключение**

На предприятиях розничной торговли производятся различные операции, связанные с доведением товаров непосредственно до населения. При этом выполняются определённые торговые (коммерческие) и технологические функции.

К основным торговым функциям предприятий розничной торговли следует отнести: изучение покупательского спроса на товары; формирование ассортимента товаров; организацию закупок и завоза товаров; оказание торговых услуг покупателям; рекламирование товаров и услуг.

Основными технологическими функциями являются: приёмка товаров по количеству и качеству; хранение товаров; выполнение операций, связанных с производственной доработкой товаров (фасовка, упаковка, маркировка и др.); внутри магазинное перемещение, размещение и выкладка товаров на торговом оборудовании в торговом зале; продажа товаров (предложение их покупателям, помощь в выборе и др.); выполнение расчётов с покупателями.

Для улучшения своих экономических показателей в универсаме «Монетка» необходимо осуществить следующие мероприятия: повышение материальной заинтересованности работы персонала через распределение части прибыли; повысить требования к квалификации персонала; постоянно изучать покупательские потоки с помощью анкетирования покупателей.

Для удобства покупателей обдумать планировку и размещение парковки в более удобном и безопасном месте. Место для разгрузки поставщиков выбрать более рационально.

Необходимо отметить, что для удержания своих позиций на рынке универсам «Монетка» необходимо поддерживать широкий ассортимент предлагаемой продукции, вести тщательно обдуманную ценовую политику, выбирать наиболее оптимальных поставщиков и применять все возможные методы формирования и стимулирования спроса покупателей.

**Список использованных источников**

1. Российская Федерация. Законы. Об основах охраны труда в РФ: федер. закон: принят Гос. Думой 17 июля 1999 г. – М.: ГроссМедиа, 2010. – 28 с.
2. Российская Федерация. Законы. Технeический регламент о требованиях пожарной безопасности: федер. закон: принят Гос. Думой 22 июля 2008 г. – М.: ГроссМедиа, 2008. – 23 с.
3. Бесланеев, Э.В. Учебное пособие по товароведению и экспертизе товаров животного происхождения / Э.В. Бесланеев, А.А. Жуков. – Изд. «Нальчик», 2007. – 255 с.
4. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, 2-е изд. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 448 с.
5. Ляшко, А.А. Товароведение, экспертиза, стандартизация: учебник / А.А. Ляшко, А.П. Ходыкин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 668 с.
6. Чепурной, И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров / И.П. Чепурной. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков Ко», 2002. – 460 с.
7. Бузукова, Е.А. Оборачиваемость товарных запасов / Е.А. Бузукова // Товаровед продовольственных товаров. – 2006. – №6. – С. 7–11.
8. Снегирева, В.Л. Закупочная стратегия розничного торговца / В.Л. Снегирева // Товаровед продовольственных товаров. – 2006. – №8. – С. 10–17.
9. Программа преддипломной практики для студентов 5 курса факультета биотехнологии специальности – 080401 Товароведение и экспертиза товаров / С.В. Кожевников, Н.А. Позднякова. – Курган: издательство КГСХА, 2012. – 18 с.

Размещено на Allbest.ru