Содержание и принципы организации технологических процессов на складах

На складах осуществляется целый комплекс разнообразных последовательно выполняемых операций по поступлению, хранению и отпуску товаров. Эти операции в совокупности составляют складской технологический процесс. Содержание и объем складского технологического процесса зависят от вида склада, физико-химических свойств товаров, хранящихся на нем.

По характеру выполняемых функций можно выделить следующие типы товарных складов:

Накопительные склады – такие склады служат для приемки товаров от промышленных предприятий мелкими партиями и последующей их отправки крупными партиями в районы потребления.

Распределительные склады – такие склады расположены в местах потребления. Сюда для непродолжительного хранения поступают крупные партии товаров, после последующей необходимой подсортировки они отправляются в розничную сеть.

Поступление товаров – начальная стадия складского технологического процесса.

До прибытия груза определяются места разгрузки транспортных средств, проверка и установка вспомогательных приспособлений.

Приемка товаров – важная процедура, т.к. предусматривает проверку выполнения поставщиками договорных обязательств и является действенным средством борьбы с проникновением в торговлю некачественных товаров.

Приемка товаров осуществляется в соответствии с инструкциями № П-6 и № П-7, если договором или иными нормативными актами не предусмотрено иное.

Принятые товары доставляют в зону хранения, где их размещают на стеллажах или укладывают в штабеля. В зависимости от физико-химических свойств товаров, для них создают определенные условия хранения.

Чаще всего на складах применяют два способа хранения: стеллажный и штабельный.

Стеллажный – используют для хранения товаров как в упакованном, так и распакованном виде. Предварительная укладка товаров в транспортной таре на поддоны позволяет разместить их на полках стеллажей с помощью различных подъемно-транспортных механизмов, которые способны выполнять работу по складированию на высоте 10-12 метров и более, позволяет максимально использовать емкость склада.

Штабельное хранение – применяется для крупногабаритных товаров, а также товаров, имеющих большой объем хранения. При таком способе товары в таре предварительно укладывают на подтоварники или поддоны различных типов (плоские, стоечные, ящичные). С помощью стоечных и ящичных поддонов возможно штабельное хранение и неупакованных товаров.

Рациональная организация хранения товаров достигается не только правильным выбором способа хранения, но и системой принципов размещения товаров на складе. Такая система предусматривает закрепление за каждой товарной группой или отдельным видом товара постоянных мест хранения (площадок, стеллажей, секций, ячеек), соблюдение правил товарного соседства.

Далее следуют операции, связанные с отпуском товаров физическим лицам: отборка товаров и перемещение их к участкам комплектования заказов; комплектование заказов; подготовка товаров к отпуску (переупаковка, укладка на поддоны, в контейнеры), экспедиционные операции по отправке товаров покупателям (формирование маршрутов, загрузка транспортных средств, централизованная доставка товаров), сдача товаров покупателям.

В основу рациональной организации складского технологического процесса положены следующие важнейшие принципы:

- планомерность и ритмичность;

- рациональная организация товарного потока;

- эффективное использование средств труда;

- механизация и автоматизация складских операций;

- полная сохранность товаров.

Складской технологический процесс должен быть четко спланирован. Для этих целей разрабатываются календарные планы и графики поступления и отпуска товаров, более производительно использовать складские площади, транспортные средства и рабочую силу.

Ритмичность технологического процесса предполагает повторяемость всего цикла и отдельных операций в равные отрезки времени.

Рациональная организация товарного потока предусматривает внутрискладские перемещения товаров максимально короткими, непересекающимися, противоположно направленными путями.

Принцип эффективного использования средств труда предполагает оптимальное использование площади, емкости и оборудования складов.

Обеспечение полной сохранности свойств товаров – также один из важнейших принципов рациональной организации складского технологического процесса. Оно достигается созданием надлежащего

гидротермического режима хранения товаров, удобной системой их укладки и размещения, организацией постоянного контроля в процессе хранения.

Организация тарооборота в торговых организациях

Основным элементом упаковки является тара. Она представляет собой изделие для размещения товара. Отдельные виды тары участвуют в процессе обращения не только вместе с товаром, но и без него.

По выполняемым в процессе товарного обращения функциям, тару подразделяют на транспортную, потребительскую и тару-оборудование.

Под оборотом тары понимают ее обращение между двумя последовательными заполнениями. В торговле выполняется целый ряд операций, связанных с обращением тары. Основными из них являются:

- приемка тары, поступившей с товаром;

- вскрытие и высвобождение тары из-под товара;

- хранение тары;

- возврат тары;

- документальное оформление операций с тарой.

На предприятии торговли происходит приемка товаров по количеству и по качеству. Она осуществляется в порядке, установленном в договоре купли-продажи или поставки. Приемка тары осуществляется материально-ответственными лицами одновременно с приемкой поступившего в ней товара.

Количество поступившей тары сверяется с указанным количеством в сопроводительных документах. При проверке качества и комплектности тары руководствуются нормами соответствующих нормативно-технических документов, устанавливающих требования к ним.

Кроме того, проверяется правильность маркировки. Характеризующая тару маркировка должна содержать наименование предприятия-изготовителя тары или его товарный знак, обозначение стандарта или другую нормативно-техническую документацию.

В случае выявления расхождений в количестве тары или ее ненадлежащего качества покупателем составляется акт, служащий основанием предъявления претензии поставщику.

Вскрытие тары производят в определенной последовательности с помощью специального инвентаря, что позволяет избежать ее повреждений.

Хранят тару в специально отведенных помещениях или под навесом, защищающим ее от воздействия прямых солнечных лучей и атмосферных осадков. Располагают тару на деревянных решетках, настилках, подтоварниках. Условия хранения тары различных видов и типов определяются соответствующими стандартами.

Многооборотная тара хранится на предприятиях торговли до накопления отгрузочных партий. Разовая тара после освобождения из-под товара в большинстве случаев подлежит утилизации.

Порядок и сроки возврата тары установлены законом, иными правовыми актами, принятыми в соответствии с ним обязательными правилами или договором. Прочая тара, а также упаковка товара подлежат возврату поставщику лишь в случаях, предусмотренным договором.

Как правило, в договорах предусматривается имущественная ответственность покупателя не только за несвоевременный возврат тары, но и за возврат тары более низкого, чем при получении, качества. Поэтому на многих предприятиях оптовой торговли и в крупных магазинах создаются ремонтные мастерские, производящие ремонт тары перед отправкой ее поставщикам.

Завершающая операция с тарой на предприятиях оптовой и розничной торговли – ее вывоз – производится на основании товарно-транспортной накладной.

Товарные склады имеют в своем распоряжении надлежащее оборудование, автотранспорт для централизованного вывоза тары, а также мастерские, оснащенные современным деревообрабатывающим оборудованием. Организация таких предприятий, складов способствует снижению потерь на таре.

Розничная торговая сеть: понятие, виды, характеристика

1. Розничная торговая сеть – это совокупность торговых предприятий (магазинов и других пунктов продажи товаров), размещенных на определенной территории (город, поселок, населенный пункт) для организации обслуживания населения и оказания услуг покупателям.

Розничную торговую сеть делят на следующие виды: стационарную, передвижную и посылочную (см. приложение).

Основным видом розничной торговой сети является стационарная. Она включает магазины и мелкорозничную торговую сеть, (палатки, киоски, павильоны, ларьки, торговые автоматы).

Основу розничной торговли составляют магазины (на их долю приходится примерно 90% всей сети). Они размещены в капитальных зданиях, располагают системой специальных помещений, оснащенных торгово-технологическим оборудованием, применяют различные формы продажи товаров в широком ассортименте, оказывают покупателям дополнительные услуги, обеспечивают высокую культуру торговли.

Мелкорозничная торговая сеть организует торговлю товарами частого спроса (мороженое, табачные изделия, овощи, фрукты соки, безалкогольные напитки и так далее) через павильоны, палатки, ларьки и киоски. Сюда же относят и торговые автоматы, устанавливаемые на улицах, площадях, в местах большого скопления людей (вокзалы, аэропорты, зоны отдыха и культурного развлечения). В отличие от магазинов, эти сооружения легкой конструкции не требуют больших затрат на их содержание, но недостатком таких торговых точек является более узкий ассортимент товаров, отсутствие подсобных помещений, оборудования для отдельных групп товара, меньше удобств при обслуживании покупателей.

Передвижную розничную торговую сеть делят на развозную и разносную.

Развозная торговля осуществляется с использованием различных видов транспорта: автомобильного, водного, железнодорожного, авиационного. Торговля через автомагазины получила более широкое распространение в крупных городах, чему способствовало развитие сети автомагазинов на предприятиях, производящих молочные, мясные и другие продовольственные группы товаров. Это современные, хорошо оснащенные холодильным и кассовым оборудованием автомагазины, имеющие привлекательный вид. Их устройство и оборудование позволяют покупателям беспрепятственно знакомиться с ассортиментом продаваемых товаров. Такой вид торговли практикуется в наиболее оживленных местах.

Разносная торговля осуществляется с лотков, корзин, сборно-разборных столиков и других простейших устройств. Ее организуют для продажи цветов, газет, книг, лотерейных билетов, мороженого, кондитерских и табачных изделий. С развитием предпринимательства в России получила наиболее широкое распространение.

Передвижная торговая сеть обладает большой мобильностью. Она следует за покупателем и обслуживает его там, где не может быть организована стационарная торговля.

Посылочная торговля является дополнительной формой торгового обслуживания населения. Осуществляется предприятиями-изготовителями, оптовыми базами, магазинами через почту.

Выбор товаров при такой форме продажи осуществляется по специальным каталогам, выполняющим рекламную роль и имеющим всю необходимую информацию. Удовлетворение индивидуального заказа осуществляется в соответствии с требованиями заказчика, наложенным платежом.

Мелкорозничная торговая сеть, посылочная и передвижная торговля ввиду широкого развития сети магазинов носят дополнительный характер. Однако их рациональное развитие с учетом местных условий, контингента покупателей, особенностей спроса имеет большое значение для удовлетворения спроса потребителей в товарах народного потребления.

2. На мой взгляд, в современных стационарных магазинах, не хватает многих услуг. Очень было бы удобно, если на территории стационарных магазинов размещали телефоны-автоматы, банкоматы. Практично иметь такую услугу, как стол заказов, где работники торговли могли бы комплектовать различные товары по заказу потребителей. Очень удобная услуга – доставка товаров на дом. Да, такая услуга уже существует, но, в большинстве случаев, в магазинах по продаже крупногабаритного товара и бытовой техники. Но ведь в продовольственных магазинах, например, в супермаркетах, такая услуга отсутствует. Я считаю, что это неправильно. Ведь покупатели и в супермаркетах совершают крупные покупки не только после завершения рабочего дня, но и во время обеденного перерыва. В таких случаях услуга доставки покупок на дом очень удобна: совершил покупку человек, оформил заявку на доставку, оговорив определенные часы, и на работу возвращается налегке.

Супермаркеты и другие крупные стационарные магазины, по моему мнению, должны иметь на своей территории игровые комнаты для детей. Это очень удобно для родителей, которые посещают магазины вместе с детьми. Если ребенок будет занят в игровой комнате, то у родителей будет возможность и время на выбор товаров, а значит, возможность купить большее количество.

Я считаю, что это выгодно для магазина и удобно для потребителя.

В современных стационарных магазинах существует богатейший ассортимент различных товаров. Производители систематически предлагают все больше и больше новых товаров, а покупатель иногда и не подозревает о назначении, вкусе и качестве таких товаров. Вполне уместно в таких случаях устраивать промоакции (реклама, информация о новинках, дегустация).

Существование справочной службы о наличии товаров в магазине – это удобно, практично, экономия личного времени, я считаю, что такая услуга необходима в современной торговле.

Наличие упаковочного материала для разных групп товара должно иметь место в стационарном магазине. На данный момент в магазинах ограничено разнообразие упаковочного материала, все товары укладывают в примитивные целлофановые пакеты. Я считаю, что неэтично упаковывать такие товары, как хлебобулочные изделия, продукты в стеклотаре, товары в крупногабаритных индивидуальных упаковках, в обычные целлофановые пакеты стандартного среднего размера.

Все приведенные мною выше примеры намного улучшили бы качество услуг в стационарных современных магазинах.

Качество торгового обслуживания: понятие, показатели качества торгового обслуживания, их характеристика

1 Культура торговли – это совокупность характеристик и условия процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала. Характеристики культуры торгового обслуживания - вежливость, чуткость, компетентность, доступность персонала для покупателей, уровень мастерства работников, комфорт, эстетика предоставления услуги и т.п.

Торговое обслуживание – это, с одной стороны, обслуживание потребителей, предоставление услуг, непосредственно направленных от человека к человеку; а с другой стороны, это – обслуживание материального характера, которое направлено не на человека, а на перемещение предметов (товаров) и косвенно действует на население как на потребителей в целом и конкретно на каждого отдельного человека. Эти формы торгового обслуживания имеют моральное содержание и моральное влияние, поскольку непосредственно касаются людей. Торговое обслуживание для покупателей, входящих в торговый зал начинается с улыбки продавца, с чистоты и порядка, с изобилия товаров в магазине.

Покупателю приятно, когда для него создан красивый экстерьер и интерьер, организован сервис дополнительных услуг и т.д. Торговое обслуживание – это комплексное понятие, которое включает в себя такие понятие, как «качество торгового обслуживания », «культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания», в основе этих понятий лежит забота о покупателе, который должен иметь возможность с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами приобрести в торговле всё необходимое.

Для торговли на первом месте стоят проблемы поиска эффективных методов торгового обслуживания, улучшения режима работы торговых предприятий, дальнейшего повышения уровня обслуживания населения, сокращение затрат времени на приобретение товаров и т. д.

Высокий уровень торгового обслуживания, может быть достигнут лишь в результате тесного взаимодействия всех звеньев торговли, снижения издержек потребления и предоставления разнообразных услуг населению.

Важным средством повышения культуры торгового обслуживания является техническое оснащение различных торговых предприятий, механизация и автоматизация погрузочно-разгрузочных работ, использование совершенных технологий доставки и продажи товаров в тарооборудование.

Культура торгового обслуживания – это и хорошо организованная реклама, широкая информация для покупателей о свойствах, качестве товаров и т. д. Таким образом, высокая культура торгового обслуживания способствует увеличению товарооборачиваемости, выполнению плана товарооборота, снижению издержек обращения, увеличению суммы валового дохода, повышению прибыли торговых предприятий.

Достижению целей управления процессом торгового обслуживания способствует так же решение следующих задач:

- определение критериев оценки качества исполнительной деятельности всех категорий работников оптового и розничного звена;

- разработка системы показателей количественной оценки качества торгового обслуживания покупателей;

- выполнение каждым работником и каждым структурным звеном требований по повышению качества организации труда и культуры обслуживания;

- оценка и анализ показателей качества торговых процессов в соответствии с достигаемыми результатами деятельности;

- контроль за выполнением комплекса мероприятий по достижению запланированного уровня качества торговли;

- взаимоувязка критериев оценки эффективности и качества; функционирования с качеством торгового обслуживания;

- получение наиболее полной и достоверной информации о факторном уровне качества торговых процессов, оценка и сравнение его с запланированным.

Мерчендайзинг – это продвижение торговых марок в розничной сети. Другими словами, мерчендайзинг – это комплекс мероприятий по увеличению объемов продаж в розничной торговле. Он заключается в размещении и выкладке товаров на торговом оборудовании, в оформлении места продаж, в создании эффективного запаса, в проведении промоушн акций (конкурсы, лотереи, розыгрыши), т.е. все то, что поощряет желание потребителя приобрести товар и способствует покупке товара.

Основная цель мерчендайзинга – увеличение объемов продаж через розничную сеть и привлечение новых покупателей.

Мерчендайзинг не является точной наукой, это, скорее, искусство и подчиняется он своим правилам. После разработки товара на производстве, его создания, рекламирования товар распределяется в розничной торговой сети. Магазин может самостоятельно или совместно с производителем оказывать влияние на покупателя, выделив товар на полке. Для этого выбирается подходящее место в торговом зале, организуется торговая точка. Она может быть самостоятельной (дисплей или мобильная полка производителя) или зависимой (место на полке магазина-клиента).

2. Я хочу описать качество торгового обслуживания торгового центра «Шамса», который находится в городе Елизово.

Это двухэтажный стационарный магазин. На территории торгового центра, на первом и втором этажах расположены бутики, помещения которых арендуют под разные категории товаров индивидуальные предприниматели.

Непосредственное отношение к торговому центру «Шамса» имеют супермаркет хозяйственных и продовольственных товаров.

Режим работы супермаркета, по моему мнению, очень удобный – с 9.00 до 23.00. Не все магазины в городе Елизово имеют такой режим работы, соответственно, это определенное удобство для покупателей. В торговом зале продовольственных и непродовольственных товаров есть камеры хранения для личных вещей покупателей. Существует четыре секции с кассовым оборудованием, которые обслуживают четыре кассира-контролера, а в часы массового скопления покупателей, каждому кассиру-контролеру помогают другие работники супермаркета (старшие кассиры, старшие продавцы), имея на тот момент свободное время.

В принципе, товар размещен на торговых полках, стеллажах, стойках удобно для покупателей. Вот только несоблюдено расстояние прохода между стеллажами, находящимися напротив друг друга, что создает дискомфорт для покупателей, которым приходится тесниться, уступать проход друг другу.

Что касается широты ассортимента в торговом центре «Шамса», - в целом, он удовлетворяет спрос потребителей.

Соблюдена выкладка товаров, соответствие товарного соседства, торговый зал оснащен холодильным оборудованием, морозильными камерами.

На территории торгового центра расположены банкоматы, автоматы экспресс-оплаты различных услуг, игровые автоматы для детей.

Упаковка купленных товаров происходит грамотно, для каждой группы товаров отдельно.

В супермаркете проводят периодично промоушн акции, акции-скидки на определенные группы товаров, например, на молочные продукты, кофе, чаи, соки, выборочно на сорта сыров.

При посещении этого супермаркета покупатель имеет возможность купить необходимые и сопутствующие товары, ему не придется бегать в поисках каких-либо необходимых товаров в другие магазины, - в этом супермаркете ассортимент товаров постоянно расширяется, учитывается спрос и потребность потребителей.

Задача

В магазине «Продукты» при проверке госторгинспекцией было выявлено:

1. В отделе молочной продукции в продаже находятся творог и сметана, фасованные с просроченными сроками реализации;

2. В торговом зале отсутствуют контрольные весы, на упаковке фасованных товаров не проставлена дата фасовки;

3. При перевешивании пакетов с пряниками, расфасованными в магазине, установлен недовес по 5 грамм.

По результатам проверки инспектором был составлен акт о выявленных нарушениях. Прокомментируйте сложившуюся ситуацию в магазине. Предложите способы устранения нарушений.

1. Правила торговли в Российской Федерации статья 472 «срок годности товара» гласит, что:

а) законом или в установленном им порядке может быть предусмотрена обязанность определять срок, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению (срок годности).

б) товар, на который установлен срок годности, продавец обязан передать покупателю с таким расчетом, чтобы он мог быть использован по назначению до истечения срока годности, если иное не предусмотрено договором.

В этом случае, товаровед, в обязанности которого входит закупка товара, не рассчитал количество молочной продукции, которую магазин может реализовать в течение 36 часов для творога и 72 часов для сметаны, без холода – 24 часа.

Я считаю, что в этом случае нарушены требования к реализации пищевых продуктов.(2.3.5.Предприятия торговли. Санитарно-эпидемиологические требования к организации торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов; санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01; 8. Требования к реализации пищевых продуктов, пункт 8.1)

Нарушение требований к соблюдению санитарных правил, несоблюдение необходимых условий санитарных норм и правил при приеме, хранении реализации продукции, гарантирующие их качество и безопасность для здоровья потребителей.

Товар с просроченными сроками реализации, представляющий опасность для здоровья населения, снимают с реализации. (Требования к реализации пищевых продуктов, пункт 8.25)

В соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Основами гражданского законодательства предприятие торговли несет ответственность за качество реализуемых товаров.

Запрещается продажа товаров с истекшими сроками годности, хранения, реализации, не соответствующих требованиям к качеству, стандартам.

2. Отсутствие контрольных весов в торговом зале нарушает права покупателя. Покупатель имеет право проверять правильность веса и меры отпущенных товаров, весоизмерительных приборов, для этого в торговом зале на доступном месте должно быть установлено соответствующее измерительное оборудование.

На упаковке фасованных товаров не проставлена дата фасовки – это нарушение Федерального Закона «О качестве и безопасности пищевых продуктов», глава четвертая, статья 18.Требования к обеспечению качества и безопасности пищевых продуктов при их расфасовке, упаковке и маркировке:

- индивидуальные предприниматели и юридические лица, осуществляющие расфасовку и упаковку пищевых продуктов, обязаны соблюдать требования нормативных документов к расфасовке и упаковке пищевых продуктов, их маркировке, а так же к используемым для упаковки и маркировки пищевых продуктов материалам;

- на этикетках или ярлыках либо листках-вкладышах упакованных пищевых продуктов кроме информации, состав которой определяется законодательством Российской Федерации о защите прав потребителей, должна быть указана дата изготовления и упаковки пищевых продуктов.

3. В случае с установленным недовесом по 5 грамм мои комментарии таковы:

Согласно правилам о взвешивании весовых товаров допустимая погрешность составляет от 3 грамм до 5 грамм по некоторым группам товаров. Но согласно правилам продажи отдельных видов товаров, продавец обязан иметь и содержать в исправном состоянии средства измерения, своевременно и в установленном порядке проводить их метрологическую проверку. Это означает, что следует проверять точность измерительного оборудования, в этом случае, весы.

Мои предложения по устранению нарушений, по которым инспектором составлен акт:

- творог и сметану снять с реализации. При следующем составлении заявки товароведом на закупку этой молочной продукции нужно учитывать действительную потребность покупателей в этом товаре, помнить о сроках реализации, годности:

- незамедлительно установить в торговом зале контрольные весы, проведя их метрологическую проверку;

- ознакомить фасовщиков с правилами упаковки фасованных товаров;

- провести метрологическую проверку весов, на которых работают фасовщики.

Приложение

р о з н и ч н а я т о р г о в а я с е т ь

стационарная

передвижная

посылочная

магазины

развозная

мелкорозничная

торговая сеть

разносная

палатки

киоски

павильоны

ларьки

торговые

автоматы

Список использованной литературы

1. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей».- 8-е изд.-М.: «Ось- 89», 2007.-48 с. (Федеральный закон).

2. Правила торговли в Российской Федерации: сб. нормативных док.- Москва: ГроссМедиа, 2007.- 224 с.

3. Правила торговли / Т.А. Стяжкина. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Экзамен», 2007.- 94с. (Серия «Документы&Комментарии»)

4. Товароведение непродовольственных товаров: конспект лекций.- М. Бурова., М.: Приор – издат, 2005.- 128 с.

5. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: Учебник.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004.-512с.

6. Барановский В.А., Рубцова Л.И., Тимофеева В.А. Продавец: Учебное пособие для учащихся профессионально-технических училищ.- Ростов н /Д: изд-во «Феникс», 2003. Изд. 3-е.- 448с.