КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Технология, техническое оснащение и проектирование предприятий торговли и общественного питания

**Содержание**

Введение

Глава 1. Классификация и характеристика основных видов тары

Глава 2. Организация и технология операций по поступлению товаров в магазин

Заключение

Список литературы

**Введение**

Предприятия в условиях рыночной экономики значительное внимание уделяют проблемам оптимизации процесса продвижения товаров от производителя к потребителю. Результаты их хозяйственной деятельности во многом зависят от того, насколько правильно выбраны каналы распределения товаров, формы и методы их сбыта, от широты ассортимента и качества предоставляемых предприятием услуг, связанных с реализацией продукции. Это определяет актуальность выбранной темы для любого современного торгового предприятия, в том числе и для выбранного объекта работы. Главная цель, которая ставиться перед коммерческой деятельностью, - способствовать увеличению прибыли фирмы. Правильная организация приемки товаров на торговом предприятии по количеству и качеству имеет своей целью нахождение оптимальных (с точки зрения получения максимальной прибыли) условий приемки и реализации товарной продукции. То же самое касается и предприятий питания. На данных предприятиях от правильной организации данного процесса на предприятиях питания зависит очень многое.

В данной работе мы рассмотрим вопросы, связанные с тарой и приемкой товаров.

**Глава 1. Классификация и характеристика основных видов тары**

Основными признаками, по которым классифицируют тару и упаковку, являются: - назначение, - материал, - состав, - конструкция, - технология производства.

По назначению тару и упаковку можно разделить на производственную, транспортную, потребительскую и специальную (консервирующую). Потребительская тара и упаковка предназначены для упаковки продающегося населению товара, являются частью товара и входят в его стоимость, а после реализации переходят в полную собственность потребителя, как правило, не предназначаются для самостоятельного транспортирования и перевозятся в транспортной упаковке. Потребительская тара имеет ограниченную массу, вместимость и размеры. Транспортная тара представляет собой самостоятельную транспортную единицу и предназначена для перевозки, складирования и хранения продукции. Производственная тара предназначена для выполнения внутрицеховых, внутризаводских и межзаводских перевозок и накопления сырья, материалов, полуфабрикатов, заготовок, готовых изделий и отходов.

В зависимости от применяемого материала тару и упаковку подразделяют на:

- стеклянную,

- деревянную,

- металлическую,

- полимерную (пластиковую),

- бумажную,

- картонную и т. д.

Использование упаковочного материала в качестве одного из основных признаков классификации позволяет выбирать его, исходя из физических, химических, гигиенических, биологических и других свойств продукции. Кроме того, полимерную тару можно идентифицировать по названию полимера, из которого она изготовлена, например, полиэтиленовая, полистирольная, полиэтилентерефталатная и т. д. Упаковку классифицируют по составу (тара и вспомогательные упаковочные средства) и по различным конструктивным признакам (форме, размерам). В зависимости от технологии изготовления различают выдувную, литьевую, прессованную, термоформованную, сварную полимерные тару и упаковку.

**Потребительская упаковка**

Мягкая потребительская упаковка позволяет надежно защитить продукцию от внешних воздействий и полностью автоматизировать процесс упаковки. К мягкой потребительской таре относится тара, изготавливаемая из одно- и многослойных полимерных пленок и комбинированных материалов. При упаковке продукции в пленочные или комбинированные материалы автоматы выполняют фасовку продукции, герметизацию упакованной продукции и укладку в транспортную тару. Упаковка из красочно оформленных полимерных пленок эстетична, имеет привлекательный внешний вид, содержит информацию о назначении продукции и способе ее использования. Пленочная потребительская упаковка имеет небольшую удельную массу и низкую цену, поэтому, как правило, предназначена для разового использования. Наиболее распространенной мягкой потребительской упаковкой является упаковка с корпусом в форме рукава, с дном различной конфигурации, цельным или со швом, с открытой горловиной, с клапанами или без них - пакет. Отличительные признаки различных пакетов - оформление дна, наличие боковых сгибов или складок. Как правило, форма и конструкция при упаковке жидкой и сыпучей продукции определяется конструкцией агрегатов, на которых она производится. Обычно вместимость пакетов не превышает 3000 см3. Закрываются пакеты различными затворами. Основной способ изготовления пакетов - сваривание, реже - склеивание, сшивание скобами, зажимами и т.д. К этому же виду упаковки относится упаковка в термоусаживающиеся и сокращающиеся пленки. Для изготовления мягкой потребительской тары используются однослойные пленки из ПЭ, ПП, ПВХ, ПС и сополимеров стирола, пенополистирола, ПА, различные многослойные и комбинированные пленки.

Жесткая потребительская полимерная тара. Основное ее назначение - обеспечить сохранность продукции, то есть предохранять товары от деформации, разрушений, потерь. Поэтому такая полимерная тара должна обладать определенной механической прочностью и жесткостью, быть удобной в обращении и потреблении. К этому виду потребительской тары относится экструзионно-выдувная, литьевая, прессованная потребительская тара из листовых материалов, формуемая различными видами термо- и механоформования. Потребительская тара из листовых материалов по экономичности, объему производства и потребления уступает только пленочной упаковке, превосходя её жесткостью и формоустойчивостью. Для этого вида тары используют рулонные материалы толщиной 0,25-1,0 мм и листы толщиной 0,5-2,0 мм. Тара из листовых материалов имеет простую конфигурацию. Это - кассеты, банки, стаканчики, коробки, ложки, коробки с ячейками, коробки-кассеты и так далее.

**Выдувная потребительская тара**

По объемам производства занимает третье место. По разнообразию и функциональному назначению она удовлетворяет любым требованиям потребителей. Ее применяют для самых разных продуктов: жидких, сыпучих, пастообразных и твердых, для газированных напитков, горюче-смазочных материалов, пищевых и химических продуктов, косметических и фармацевтических товаров. Для ее изготовления применяют практически все виды термопластов.

**Литьевая и прессованная потребительская тара** изготавливается литьем под давлением и прессованием с точным выполнением внешних поверхностей и внутренних полостей изделия. Однако ряд недостатков этих методов не позволяет производить тару с толщиной стенок менее 1 мм. Литьевая и прессованная тара значительно дороже упаковки, производимой другими способами. Прессование и литье под давлением применяют для изготовления жесткой тары для дорогостоящей продукции, а также отдельных элементов упаковки, требующих высокой точности выполнения (банок, коробок, пеналов, пробирок).

**Потребительская тара из газонаполненных материалов**. Для изготовления такой тары чаще всего применяют пенопласты с низкой плотностью (15-60 кг/м3), способные выдерживать значительные удельные нагрузки без остаточной деформации. Тару из пенопластов применяют преимущественно для защиты продукции от ударов, толчков, механических повреждений, температурных колебаний, от проникновения влаги, действия микроорганизмов, а также для уменьшения ее массы, повышения долговечности и снижения стоимости. Тара из газонаполненных материалов сохраняет форму и упругие свойства в широком диапазоне температур (от -60 до +75°С) благодаря низкой теплопроводности пенопластов (0,026 - 0,037 Вт/смхК), что обусловило их применение для термической изоляции. Тару из газонаполненных полимеров изготавливают методами литья под давлением, прессования, выдувного формования, беспрессового вспенивания, пневмо- и вакуумного формования. Потребительскую тару выполняют в виде коробок, вкладышей, кювет, лотков, банок и так далее. При изготовлении тары из газонаполненных материалов достигается значительная экономия материала (до 30-40%), уменьшается масса тары.

**Комбинированная потребительская тара и упаковка** включает комбинацию полимерных материалов с бумагой, картоном, фольгой. Эта упаковка обеспечивает высокую сохраняемость и отличные потребительские свойства упакованной продукции. К этому виду упаковок относится упаковка типа "флоу" (нанесение расплава полимера непосредственно на упаковываемые изделия); упаковка типа "скин" с использованием термоусадочных пленок (вторая кожа) – помещение обтянутого усадочной пленкой изделия на картонную подложку. Упаковку подвергают нагреванию, пленка усаживается и плотно облегает изделие. Отдельные виды продуктов упаковываются без подложки, например, мясо, овощи, фрукты, рыба, батарейки, галантерейные изделия. Дополнительно может быть применено вакуумирование.

**Упаковка типа "стреч"** представляет собой двойную заготовку из листового материала (чаще всего картона), в которой вырезают окно, соответствующее по форме упаковываемому изделию. Изделие закрывают с двух сторон растягивающейся или термоусадочной пленкой на основе ПВХ, ПВДХ, СЭВ, а концы ее закрепляют скобами, клеем или сваркой между листами картона. Для плотного прилегания пленки полость с изделием нагревают и вакуумируют. Эту упаковку применяют различных галантерейных и хозяйственных товаров, для парфюмерных и косметических средств в пеналах, флаконах, тубах.

**Упаковка типа "вителло"** представляет собой термоформованный стакан, который вставлен в клееный картонный цилиндр. Стакан изготавливается из листового УПС, ПВХ-Ж толщиной 0,5-1,2 мм. Крышка упаковки изготавливается из ПП, ПЭНП, ПЭВП методом литья под давлением. Такую упаковку используют для молочных продуктов, горчицы, пищевых приправ, товаров бытовой химии. Ее можно оформлять печатью в несколько красок.

**Упаковка типа "блистер"** состоит из жесткой картонной подложки и футляра из прозрачного листового материала. Футляр может иметь форму правильного полушария (упаковка типа "блистер-бабл-пак") или повторять по контуру упаковываемое изделие (упаковка типа "блистер-контур-пак"). Футляр изготовляют методами термоформования и прикрепляют к картонной подложке сваркой, скобами или с помощью клеев-расплавов. Для упаковки типа "блистер" применяют листовые и пленочные материалы на основе ПС, ПВХ-Ж, ацетатов, бутиратов и пропиатов целлюлозы, иономеров. Упаковку типа "блистер" применяют для лекарственных препаратов, хозяйственных товаров, канцелярских принадлежностей, галантерейных, парфюмерных и косметических товаров, сувениров, игрушек, инструмента и так далее.

**Транспортная тара**

Транспортная тара предназначена для перевозок, складирования и хранения продукции. Эта тара может принадлежать любой организации, участвующей в процессе обращения. Транспортную тару условно можно классифицировать по следующим признакам: - кратности использования: разовая и многооборотная; - стабильности размеров: жесткая, мягкая; - упаковываемой продукции: жидкости, сыпучие продукты, штучные грузы; - способу изготовления: сварная, склеенная, выдувная, литьевая, прессованная, термоформованная, вспененная; - материалу: ПЭ, ПВХ, ПП, ПС и т.д.; - компактности: неразборная, разборная.

Транспортная тара подразделяется на жесткую и мягкую. Широкое применение в качестве жесткой транспортной тары находят различного рода лотки, ящики, бочки, амортизационные вкладыши к ящикам, складные полимерные ящики и специальная тара для перевозки продукции с использованием пенопластов. В жесткой транспортной таре особенно нуждаются отрасли АПК, потребность в ней составляет сотни миллионов штук. За последние годы этот вид тары из пластмасс пришел на смену таре из традиционных материалов. Жесткая транспортная полимерная тара обладает высокой прочностью и хорошим сопротивлением динамическим нагрузкам, не требует систематического ремонта, характеризуется длительным сроком эксплуатации, надежно сохраняет продукцию от внешних воздействий, имеет красивый внешний вид. Из используемых для ее изготовления термопластов можно получать транспортную тару различной формы и конструкции, что обеспечивает рациональное затаривание продукции. Благодаря своей жесткости тара может легко штабелироваться в несколько ярусов без применения дополнительных устройств, занимая при складировании минимальные площади. Основные способы изготовления жесткой транспортной тары - литье под давлением, термоформование, ротационное формование, штамповка и прессование с применением сварки.

К мягкой транспортной таре относятся мешки, чехлы, вкладыши, мягкие складные контейнеры и упаковка из термоусадочной пленки. Мешки широко применяются для перевозки и хранения различных сыпучих продуктов, химических удобрений и пестицидов, семян, гранулированных продуктов и красителей. Мягкие контейнеры используются для транспортирования и временного хранения сыпучих, гранулированных, штучных и жидких продуктов. Они заменяют фанерные барабаны, бочки, мешки и могут транспортироваться, заполненные грузом, на железнодорожных платформах или водным путем. Их применение снижает трудоемкость операций по упаковыванию и позволяет обеспечить механизацию погрузочно-разгрузочных работ. Достоинством мягкой транспортной тары из полимерных материалов является то, что в незаполненном состоянии она легко складывается и занимает немного места при возвратных перевозках. В последнее время в качестве транспортной тары все более широкое распространение получают упаковки с использованием термоусадочных пленок, которые применяются в виде индивидуальной и групповой упаковки в мясомолочной, рыбной, пищевой, медицинской и других отраслях промышленности. Основной способ получения пленки - экструзия либо соэкструзия. Производственную и транспортную тару иногда (главным образом, за рубежом) называют распределительной, поскольку она предназначена для продвижения товаров через товарораспределительную сеть от предприятия-изготовителя до пункта назначения. Особым видом транспортной тары являются поддоны и контейнеры, называемые тарооборудованием. К нему относятся ящичные поддоны, в которых товар доставляется с предприятий-изготовителей и складов непосредственно в торговые залы розничных магазинов самообслуживания. Использование тарооборудования создает большие удобства как при транспортировании продуктов, так и при их реализации. В торговом зале такой ящичный поддон играет роль торгового оборудования и заменяет стеллажи, прилавки, торговые полки. Это позволяет исключить очень трудоемкое звено в цепи товародвижения - отбор товаров на складе по заказам розничных магазинов; эта работа перекладывается в данном случае на самих покупателей. Устраняется также и целый ряд других операций: выкладка товаров на полки стеллажей и прилавков, проставление на них цен, что приводит к ускорению доставки товаров, снижению издержек обращения, уменьшению потерь от порчи товаров и, в конечном счете, - к увеличению прибыли в торговле. Применение поддонов очень удобно в торговле овощами, фруктами, мясом, рыбой, поэтому они используются в пищевых отраслях АПК, а также в текстильной, химической, парфюмерной промышленности. Поддоны легко штабелируются как в рабочем, так и в сложенном виде, отличаются малой собственной массой и высокой долговечностью, легко стерилизуются горячей водой и паром. Важнейшая роль на стадии доставки продуктов питания в торговую сеть отводится транспортной таре. Именно с помощью этой тары должна быть обеспечена доставка населению продуктов питания с минимальными потерями. Эффективным способом повышения экономичности полимерной транспортной тары является ее максимальная унификация и стандартизация.

**Транспортные ящики**

Пластиковые ящики - это многооборотная пластиковая тара, которая используется для транспортировки товара до мест продаж и хранения продукции на складе до момента реализации. Пластиковая тара имеет широкий диапазон размеров и очень удобна для транспортировки и хранения как пищевых, так и непищевых товаров. Пластиковая тара может быть с сетчатым и сплошным (цельным) корпусом, что влияет на продолжительность срока службы ящика, так же ящик может иметь крышку. Отдельно надо выделить пластиковые ящики для транспортировки стеклянной тары, в том числе и для ликероводочной продукции. Такой ящик имеет секции (ячейки) для бутылок. Стандартными являются пластиковые ящики на 12 и 20 ячеек. Оснащение таких пластиковых ящиков крышкой не предусмотрено.

Все транспортные ящики можно сегментировать по следующим критериям:

по материалу изготовления

по отраслям применения

по типоразмерам

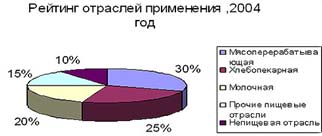
Материал изготовления

Основным материалом, из которого делают 90% всех транспортных ящиков, является полиэтилен низкого давления. По Российским стандартам он обозначается - полиэтилен 277-73. Еще 10% всех ящиков делается из полипропилена. Основная причина, по которой ПНД завоевал популярность среди производителей пластиковых ящиков это его цена. Она ниже, чем у полипропилена и является решающим фактором при выборе материала для производства этого вида тары. Нужно так же сказать, что у большинства производителей существует хорошо отработанная технология производства ящиков. А оборудование настроено в основном под ПНД. Основной метод производства ящиков - литье под давлением.

**Назначение**

Транспортные ящики применяются для транспортировки твердых и сыпучих веществ. Они используются в пищевой и непищевой промышленности. Пищевая промышленность потребляет 90% всех ящиков.

В пищевой промышленности можно выделить три основные отрасли - потребителя пластиковых ящиков. Это мясоперерабатывающая, хлебопекарная и молочная. Их доли составляют 30%, 25% и 20%, соответственно.



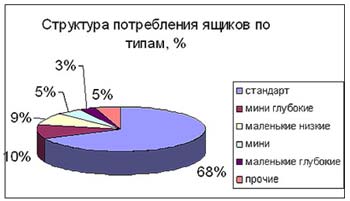
**Виды транспортных ящиков**

Самыми популярными являются ящики размеров 600Х400 мм. Где 600 - это длина ящика и 400 - его ширина. Основным критерием, формирующим большой ассортимент пластиковых ящиков является их высота.

Универсальным является ящик - 600Х400Х170 мм. В разных отраслях могут применяться ящики разных типоразмеров.

Для удобства описания вся совокупность выпускаемых ящиков разбита на 10 условных групп.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Емкость, л | Параметры | | |
| Длинна | Ширина | Глубина |
| стандарт | 600 | 400 | 170-300 |
| мини глубокие | 395-420 | 258-340 | 237-317 |
| маленькие низкие | 500-590 | 360-400 | 140-160 |
| мини | 300-530 | 300-700 | 100-270 |
| маленькие глубокие | 500-555 | 300-400 | 220-264 |
| большие | 1000-1200 | 800-1000 |  |
| мини узкие | 300-380 | 260-285 | 237-300 |
| глубокие | 750-155 | 750-150 | 500-1450 |
| крупнее стандарта | 674 | 352 | 360 |
| микро | 261-290 | 182-195 | 93 |



Рынок пластиковой тары динамично развивается. Он растет вместе с такими отраслями как мясоперерабатывающая, хлебопекарная, молочная, а так же рыбная. Средний рост во всех этих отраслях составляет 10% в год. Но нужно отметить, что потребление пластиковых ящиков в рыбной отрасли зависит от сезонности и может варьировать в течение года от 2% до 40%. За год рынок пластиковых ящиков увеличивается на 14%. По оценкам экспертов, в течение 4 лет полностью исчезнет импорт пластиковых ящиков. А экспорт достигнет 3 - 5% в год.

**Объем потребления пластиковых ящиков**

Почти ѕ всех производимых пластиковых ящиков потребляют три отрасли – овощная, мясная и молочная. Менее значимым является использование пластиковых ящиков производителями вино-водочной промышленности.

Другие отрасли (химия, нефтехимия, строительство, лакокрасочное производство) потребляют около 13% пластиковых ящиков.

Среднемесячный объем внутреннего производства пластиковых ящиков

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отрасль | Кол-во единиц | Доля, % |
| овощная | 1 906 326 | 26,2 |
| мясная | 1 834 249 | 25,2 |
| молочная | 1 430 362 | 19,6 |
| вино-водочная | 1 172 274 | 16 |
| химия, нефтехимия | 243 391 | 3 |
| лакокрасочная | 155 206 | 2 |
| сельское хозяйство | 149 327 | 2 |
| строительная | 141 096 | 2 |
| промышленные товары | 84 657 | 1 |
| для себя | 11 758 | 1 |
| другое | 152 854 | 2 |
| Итого, шт/мес | 7 281 500 | 100 |
| Итого, шт/год | 87 378 000 |  |

Почти 70% всех пластиковых ящиков, потребляемых российскими производителями, это стандартные ящики длинной и шириной. Различия их – в высоте. Наиболее широко распространены ящики, имеющие высоту, равную 170мм. Таких ящиков среди стандартных большинство, - около 70%. Они в основном используются для хранения и транспортировки мясных, молочных продуктов и овощей.

**Характеристики пластиковых паллет (поддонов)**

Поддон (PALLET) – транспортная тара, средство пакетирования, имеющее жесткую площадку и необходимое место для создания укрупненной грузовой единицы. Поддоны обычно бывают двух видов: двухзаходные и четырехзаходные, отличающиеся способом захвата вилочным погрузчиком. Поддоны можно классифицировать по следующим основаниям:

**Материал (первичный, вторичный пластик),**

цвет,

тип и сфера применения (облегченные, гигиенические, промышленные);

усиленными - с планками подставками (полозьями) и ящичными – с бортиками, фиксирующими товар от падения;

статическая нагрузка (кг),

динамическая нагрузка (кг)

размеры,

поверхность,

вес

объем,

сплошные/перфорированные,

с колесами/без

В Россию в основном импортировались поддоны размером 1200х800. Их доля в общем объеме импорта составляет почти половину (44,63%). С большим отрывом на втором месте находятся поддоны размером 800х600. Их доля почти в два раза меньше. На третьем месте поддоны размером 1200х1000. Их доля составляет около 14%.

**Характеристики пластиковых контейнеров**

Контейнерами принято называть многократно используемые транспортные закрытые емкости прямоугольного сечения. Контейнер общего назначения должен быть полностью закрытым и пыле, водонепроницаемым, иметь жесткую крышку, жесткие боковые стенки, жесткие торцовые стенки. Помимо контейнера общего назначения можно выделить контейнеры-рефрижераторы, изотермические контейнеры, биг-бэги (мягкие контейнеры). Кроме того, можно выделить малогабаритные контейнеры-емкости, выполняющие функцию ведра. Они полностью закрыты и пыле-, водонепроницаемы, имеют жесткую крышку, при этом форма может быть как прямоугольной, так и круглой. Их емкость не превышает.

<Для классификации контейнеров можно выделить следующие характеристики:

Материал,

разборность,

размеры внешние и наружные,

вес,

внутренний объем (л),

максимальная загрузка (кг),

максимальная нагрузка в штабеле (кг),

сплошной или перфорированный – основание и стены,

цвет

Все производимые и импортируемые контейнеры можно условно разделить на две группы: контейнеры-емкости (емкость менее 100л.) и контейнеры - тара (емкость более 100л.). Контейнеры-емкости нужны, прежде всего, химикам. Им идет больше половины данного товара. Еще четверть забирают пищевики. Остальные – это мусорные контейнеры, контейнеры для лакокрасочной продукции и молочной промышленности. Большинство производимых и импортируемых контейнеров этой группы имеют емкость 1-2 литра. На их долю приходится более 80%.. На втором месте контейнеры емкостью 2-10. Но их уже значительно меньше.

О производстве крупногабаритных тарных контейнеров нет возможности говорить в цифрах, но стоит отметить, что большинство предприятий, работающих на этом рынке, удовлетворяют потребности пищевой и химической промышленности.

1. Объем потребления контейнеров-емкостей составляет около 8 млн. шт. в год. Почти 90% производимых в России контейнеров приходится на две отрасли – химическую и пищевую. При этом пищевая промышленность – основной потребитель. Она забирает более половины всех пластиковых контейнеров. В пищевой промышленности наибольшим спросом пользуются контейнеров до 1 литра. Речь идет именно о литьевых контейнерах. Также используются отраслью крупные контейнеры по 500- и контейнеры по 1-2 литра. Химическая отрасль является вторым по величине потребителем контейнеров. размеры, необходимые отрасли – это контейнеры емкостью 2-, 10-, 100-.

2. Российский рынок пластиковой тары далек от насыщения. Практически всеми производителями литье контейнеров и поддонов отмечается как очень перспективный бизнес.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Материал | Количество контейнеров (мес.) | % |
| ПЭ | 3000 | 55 |
| ПП | 1500 | 27 |
| ПС | 500 | 9 |
| ПК | 500 | 9 |
| итого | 5500 | 100 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Отрасль | Количество | Доля, % | Кол-во производителей |
| пищевая | 177000 | 54.1% | 11 |
| химия, нефтехимия | 110000 | 33.62% | 3 |
| лакокрасочная | 20000 | 6,12% | 2 |
| строительная | 10000 | 3.06% | 1 |
| мусорная | 10200 | 3.12% | 2 |
| Итого, шт/мес | 327200 | 100% | 19 |
| Итого, шт/год | 3926400 | - | - |

Транспортные ведра - пластиковые транспортные ведра представляют собой емкости от 10 до 33 литров, круглой, квадратной или прямоугольной формы. Используются для транспортировки пищевых и непищевых продуктов. Основным материалом для производства пластиковых ведер является полиэтилен низкого давления. Ведра имеют небольшой вес, что очень важно при транспортировке, а также являются очень прочным видом тары. Для удобства ведро может иметь пластиковую или железную ручку, а так же оно всегда оснащено крышкой из того же материала, что и само ведро. Крышки часто оснащаются замками, что позволяет сделать тару герметичной.

Все транспортные ведра можно сегментировать по следующим критериям:

по материалу изготовления

по отраслям применения

>по типоразмерам

Материал изготовления

Основные материалы, из которых делают транспортные ведра, являются полипропилен и полиэтилен низкого давления (ПЭНД). Эти материалы очень хорошо подходят для производства качественной, надежной транспортной тары.

Основными преимуществами полипропилена и полиэтилена низкого давления перед остальными материалами является:

1. низкая теплопроводность
2. высокая прочность на разрыв при повышении и понижении температур
3. Основной недостаток ПЭНД - это хрупкость при пониженных температурах. Но этот недостаток устраним, если добавить стабилизирующие добавки. Полиэтилен низкого давления и полипропилен разрешены для контакта с пищевыми продуктами, поэтому транспортные ведра используются в пищевой промышленности для транспортировки, как ингредиентов, так и готовой продукции до мест реализации.

Полиэтилен при пониженных температурах становиться хрупким, поэтому ведра из этого материала не применяются в пищевой промышленности. Основными отраслями потребителями этого вида ведер являются химическая и лакокрасочная отрасли. Ведра из полипропилена менее хрупкие, поэтому применяются как в пищевой, так и не пищевой промышленностях.

**Структура потребления**

Мы выделили пять основных отраслей - потребителей транспортных ведер и дали по ним разбивку с учетом потребления этими отраслями транспортных ведер.



Порядка 40% транспортных ведер потребляет рыбная отрасль. Ведра в используются для транспортировки рыбы до фасовочных фабрик, а также для транспортировки икры от прибрежных до центральных районов.

Еще 25% всех транспортных ведер используется для транспортировки жидких веществ. Для этого они оснащаются крышками с фиксирующими замками. Крышка плотно закрывается и делает ведро герметичным. Основные потребители таких ведер являются производители меда и соусов. Мы отнесли их в категорию "прочие".

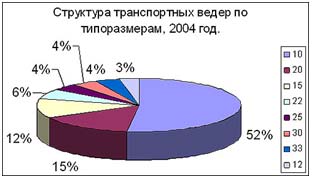
В категорию "химическая" мы отнесли лакокрасочную отрасль, производителей клеев и удобрений. Доля химической отрасли составляет 20%. Еще 11% транспортных ведер потребляет кондитерская отрасль и 4% приходится на мясную отрасль.

Виды транспортных ведер

Самыми популярными являются ведра емкостью 10 литров. Доля этих ведер в общем объеме производства равна 52%. Основные потребители 10, 15 и 20 литровых ведер это представители рыбной отрасли и кондитеры. Доля 20 литровых ведер в общем объеме производства составляет 15%. На третьем месте ведра емкостью 15 литров - 12%. Ведра других емкостей вместе занимают 21%.

Таблица №1 Структура транспортных ведер по типоразмерам.

|  |  |
| --- | --- |
| Емкость, л | Доли, % |
| 10 | 52 |
| 20 | 15 |
| 15 | 12 |
| 22 | 6 |
| 25 | 4 |
| 30 | 4 |
| 33 | 4 |
| 12 | 3 |



**Факторы, определяющие выбор поставщика пластиковой тары**

Главным фактором при выборе поставщика пластиковой тары является ценовой показатель. С одной стороны, тара и упаковка являются значимыми средствами продвижения товара на рынок, способами повысить уровень продаж. Но с другой, - это всего лишь упаковка, которая не должна очень существенно отражаться на себестоимости продукции. Потому для потребителя самое важное – уменьшить свои производственные расходы. Тара и упаковка должны быть максимально дешевыми.

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели оценки | Количество упоминаний |
| Низкие цены | 16 |
| Устраивает соотношение цены и качества | 12 |
| Давние связи | 4 |
| Территориальная близость | 4 |
| Других альтернатив нет | 2 |

**Глава 2. Организация и технология операций по поступлению товаров в магазин**

Поступившие в магазин товары доставляют в зону приемки. Приемка товаров является одной из важных операций торгово-технологического процесса магазина и должна проводиться: лицами, на которых возложена материальная ответственность. Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий. Приемка товаров по количеству и качеству в магазине должна осуществляться в соответствии с правилами, установленными: в инструкциях «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления: по количеству» и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству». Установленные этими инструкциями нормы применяются во всех случаях, если в стандартах, технических условиях или других обязательных правилах не предусмотрен иной порядок приемки товаров. Лица, участвующие в приемке товаров, должны хорошо знать эти документы и уметь ими пользоваться. Приемка товаров по количеству. Она заключается в сверке массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями счетов-фактур, товарно-транспортных накладных и других сопроводительных документов. Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то на фактически поступившее их количество составляют акт с указанием в нем отсутствующих документов, а поступившие товары принимают на ответственное хранение. Приемку товаров по количеству проводят в определенные сроки. Так товары поступившие без тары, в открытой или поврежденной таре необходимо принимать в первую очередь, в момент их доставки в магазин.

Товары поступившие в исправной таре, по массе брутто и количеству мест, принимают в момент получения их от поставщика, по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте – одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, скоропортящиеся товары – не позднее 24 часов с момента получения товаров. Массу нетто проверяют в порядке, установленном стандартами, техническими условиями и иными обязательными ДЛШ сторон правилами. Массу тары проверяют одновременно с массой нетто товара. Результаты проверки оформляют актами.

Для участия в окончательной приемке товаров и составляют двухстороннего акта следует пригласить представителя одногороднего отправителя.

По результатам окончательной приемки товаров составляют акт. В нем указывают количество недостающих товаров, их стоимость, приводят сведения о том, определены количество товара и оно проводилось на исправных весах и другие сведения.

В процессе приемки работники магазина выявляют качество и комплектность товаров, а также соответствие тары, упаковки и маркировки товаров установленным требованиям. Если при приемке будут обнаружены недоброкачественные или некомплектные товары, то приемку приостанавливают и составляют односторонний акт. В нем указывают количество осмотренных товаров и характер выявленных дефектов. Одновременно надо создать необходимые условия для сохранности поступивших товаров. Для окончательной приемки товаров создается комиссия. В ее работе должен участвовать представитель одногороднего отправителя (изготовителя) или, если это предусмотрено договором, представитель иногороднего отправителя (изготовителя). Вызов представителя отправителя (изготовителя), а также его явка для участия в двусторонней приемке товаров по качеству должны осуществляться в те же сроки, что и при приемке товаров по количеству.

Акт о ненадлежащем качестве (некомплектности) товаров составляют с участием представителя поставщика, а при его неявке — с участием представителя общественности, назначенного в установленном порядке. Проверку качества товаров в одностороннем порядке магазин может производить в том случае, если такой порядок приемки предусмотрен договором. Акт о приемке товаров по качеству содержит следующие сведения: наименование и адрес магазина-получателя товаров, номер и дату составления акта; место приемки товаров, время начала и окончания приемки; фамилии и инициалы лиц принимавших участие в приемке товаров по качеству и составлении акта, места их работы и занимаемые должности, дату и номер документа о полномочиях представителя на участие в проверке качества товаров, а так же указание о том, что они ознакомлены с правилами приемки по качеству; наименование и адрес отправителя и поставщика, дату и номер договора на поставку товаров, и сопроводительных документов; условия хранения товаров на складе магазина, состояние тары и упаковки товаров, исправность пломб.

**Заключение**

Из работы можно сделать следующие выводы:

Основными признаками, по которым классифицируют тару и упаковку, являются: - назначение, - материал, - состав, - конструкция, - технология производства.

По назначению тару и упаковку можно разделить на производственную, транспортную, потребительскую и специальную (консервирующую).

В зависимости от применяемого материала тару и упаковку подразделяют на:

- стеклянную,

- деревянную,

- металлическую,

- полимерную (пластиковую),

- бумажную,

- картонную и т. д.

Поступившие в магазин товары доставляют в зону приемки. Приемка товаров является одной из важных операций торгово-технологического процесса магазина и должна проводиться: лицами, на которых возложена материальная ответственность. Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий.

**Список литературы**

1. Валаева Т.Ф., Коростелёва Е.М., Рабинович Б.Д., Хруцкий Е.А., Экономика, организация и планирование производства. - М: Экономика, 2003.

2. Панкратов. Коммерческая деятельность. - М.: ИВЦ "Маркетинг", 2004.

3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - Минск, ИП "Экоперспектива", 2003.

4. Финансовый менеджмент: теория и практика. / Под ред. Стояновой. - М.: Перспектива, 2003. - 405 с.

5. Хруцкой Е.А. Современный маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 2003.

6. Экономика торговли. / Б.А. Соловьев, Л.А. Алькевич, В.И. Андросов и др. - М.: Экономика, 2003.

7. Экономика торгового предприятия: Учебник для вузов. / А.И.Гребнев, Ю.К. Баженов, О.А. Габриэлян и др. - М.: ОАО "Издательство "Экономика", 2004.