## Оглавление

## Введение

## 1. Организация труда и управления розничным торговым предприятием

## 1.1 Организация торгово-технологического процесса на розничном торговом предприятии

## 1.2. Управление розничным торговым предприятием

# 1.3 Организация труда на предприятии розничной торговли

2. Организация труда и управления на розничном торговом предприятии магазин «Колос»

2.1 Характеристика магазина розничной торговли «Колос»

# 2.2 Организация и управление трудом персонала и торгово-технологическим процессом в магазине «Колос»

2.3 Организация управления в магазине «Колос»

2.4 Условия труда в магазине «Колос»

## Заключение

## Литература

## 1. Организация труда и управления розничным торговым предприятием

## 1.1 Организация торгово-технологического процесса на розничном торговом предприятии

Торговля является одной из важнейших отраслей народного хозяйства, поскольку она обеспечивает обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления. Ее можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

В зависимости от цели, с которой приобретаются товары, торговлю делят на два вида:

- оптовую (торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием);

- розничную (торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью).

Долговременной целью деятельности розничного торгового предприятия является максимизация прибыли. Реализовать эту цель можно лишь через максимальное удовлетворение нужд потребителей.

На предприятиях розничной торговли производятся различные операции, связанные с доведением товаров непосредственно до населения. При этом выполняются определенные 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.

Технологический процесс включает в себя совокупность последовательно взаимосвязанных способов, приемов и трудовых операций, направленных на сохранение потребительских свойств товаров и ускорения доведения товаров до торговой сети и потребителей. Технологический процесс обеспечивает обработку потоков, начиная с поступления товаров в магазин и кончая полной подготовкой их к продаже. Технологический процесс включает такие операции, как приемка товаров по количеству и качеству, хранение, фасовка и упаковка товаров, их перемещение и выкладка в торговых залах и др[[1]](#footnote-1).

Важно различать технологический и торговый процессы. Торговый процесс обеспечивает смену форм стоимости. Особенность этого процесса заключается в том, что предметом труда здесь являются не только товары, но и покупатели. Работники магазинов осуществляют продажу товаров и обслуживание покупателей, а покупатели участвуют в торговом процессе. Обеспечивая непосредственное доведение товаров до потребителей, торговый процесс включает в себя и такие виды организации коммерческой деятельности, как изучение спроса населения, формирования ассортимента и рекламу товаров, оказание покупателям дополнительных услуг, текущее пополнение товаров и др.

Основными принципами организации и управления этими процессами в торговых предприятиях являются:

Обеспечение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров.

Обеспечение наилучших условий выбора товаров, экономия времени покупателей, высокий уровень торгового обслуживания.

Достижение оптимальной экономической эффективности технологического процесса путем ускорения оборачиваемости товаров, экономии труда, роста его производительности, снижения издержек обращения.

Эти факторы определяют динамичность торгового и технологического процесса.

Организация торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от потребительских свойств товаров, степени их готовности к продаже, принятой системы товародвижения, формы продажи, вида и типа торгового предприятия.

Приемка товаров по количеству и качеству осуществляется в соответствии с инструкциями «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству», «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству», если в договорах - поставки, стандартах и ТУ не предусмотрен другой порядок приемки товаров.

Приемка товаров по количеству - это сверка массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов.

Приемка товаров по качеству - это выявление качества и комплектности товара, соответствия тары, упаковки, маркировки установленным требованиям, а также сопроводительным документам (сертификат качества, санитарный сертификат, ветеринарный сертификат).

После приемки товара необходимое его количество поступает в торговый зал, а остальная часть перемещается в складские помещения. При организации хранения товаров основное внимание должно быть уделено борьбе с товарными потерями. Рациональная организация хранения предполагает создание условий хранения товаров в соответствии с их физико-химическими свойствами, оптимальное размещение товаров в местах хранения с учетом времени их поступления и очередности продажи, частоты спроса, эффективного использования площади кладовых. Наиболее сложной и трудоемкой операцией торгового и технологического процесса в продовольственных магазинах является подготовка товаров к продаже, в частности их фасовка. При торговле предварительно расфасованными товарами подготовительные операции сводятся к минимуму, что позволяет значительно ускорить процесс их продажи.

Подготовленные к продаже товары перемещают в торговый зал. Товары доставляют в то время, когда в нем находится минимальное количество покупателей, чтобы не препятствовать процессу продажи.

Продажа товаров - завершающая стадия торгово-технологического процесса в магазине.

Таким образом, организация торгово-технологического процесса на торговом предприятии должна способствовать наиболее эффективному доведению товара в широком ассортименте надлежащего качества до покупателя с наименьшими затратами труда и времени при высоком уровне торгового обслуживания.

Качество торгового обслуживания определяется минимальным временем, затраченным на приобретение товаров, удобством и комфортом обслуживания, экономической эффективностью работы магазинов.

В настоящее время основными, по степени их влияния на общую эффективность деятельности торгового предприятия, считаются этапы торгово-технологического процесса, на которых осуществляется связь предприятия с элементами его внешней среды, т.е. этапы коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность в торговле - понятие более широкое, чем простая купля-продажа товара. Чтобы акт купли-продажи состоялся, торговому предпринимателю необходимо совершить некоторые оперативно-организационные и хозяйственный операции, в том числе изучение спроса населения и рынка сбыта товаров, нахождение поставщиков и покупателей товаров, налаживание с ними рациональных хозяйственный связей, транспортировку товаров, рекламно-информационную работу по сбыту товаров, организацию торгового обслуживания и т.д[[2]](#footnote-2).

Деятельность торгового предприятия не протекает самостоятельно. Она направляется людьми, регулируется ими и управляется.

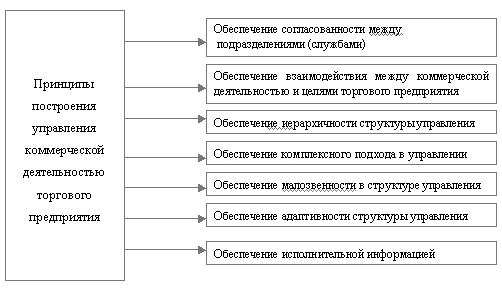
## 1.2. Управление розничным торговым предприятием

Система управления коммерческой деятельностью предприятия - это система, ориентированная на рынок, означающая не только организацию взаимосвязанной структуры задействованных в ней процессов предприятия, но и их сочетание со всеми внешними факторами. Управление коммерческой деятельностью ставит своей непосредственной задачей внести определенную упорядоченность в коммерческие и торговые процессы, организовать совместные действия работников, участвующих в этих процессах, достичь согласованности и координации действий. При этом управление направлено на оптимизацию работы сотрудников в целях повышения эффективности коммерческих процессов и достижения конечных целей предприятия.

В современных условиях деятельность торгового предприятия связана с предпринимательством, коммерцией, эконометрикой, экономической кибернетикой и информатикой. Этим определяется новый качественный уровень и экономический рост рынка. Соответствующим образом должна строиться и организационная структура управления торговым предприятием.

Коммерческая деятельность различных торговых предприятий имеет много общего. Однако конкретные управленческие решения, разработанные и реализованные одними торговыми предприятиями, не всегда могут быть использованы другими предприятиями. Это обусловлено изменениями факторов внешней среды. Кроме того, стремительно изменяются условия функционирования самого торгового предприятия. Следовательно, процесс управления должен определяться параметрами окружающей среды и их переменными величинами в пределах торгового предприятия[[3]](#footnote-3).

Управление коммерческой деятельностью базируется на общих принципах и методах управления. Рассмотрим основополагающие принципы построения управления коммерческой деятельностью торгового предприятия (Рис. 1.1).



**Рис. 1.1 Основные принципы построения управления коммерческой деятельностью торгового предприятия**

Обеспечение согласованности между подразделениями (службами). Каждому подразделению (службе) торгового предприятия свойственны определенная предназначенность и выполняемые функции, т. е. они обладают в той или иной степени автономностью. Вместе с тем их действия должны быть скоординированы и согласованы во времени, что обусловливает единство системы управления торговым предприятием.

Обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями торгового предприятия. Коммерческая деятельность формируется и изменяется в соответствии с интересами и потребностями предприятия. Следовательно, функции управления коммерцией реализуются с учетом целей торгового предприятия.

Обеспечение иерархичности структуры управления. Характерным признаком управления является иерархический ранг. Организация управления коммерческой деятельностью должна быть ориентирована на вертикальные и горизонтальные связи.

Обеспечение комплексного подхода в управлении. С позиции комплексности принимаются во внимание все факторы, воздействующие на управленческие решения коммерческой деятельности. Предусматривается также связь коммерческих процессов торгового предприятия с субъектами внешней среды. Обеспечение малозвенности в структуре управления. Под малозвенностью понимается несложная структура управления. Но при этом должны достигаться стабильность и надежность управления коммерческой деятельностью.

Обеспечение адаптивности структуры управления. Внутренняя и внешняя среда подвержена постоянным изменениям. Особенно это проявляется в период зарождения потребительского рынка. Поэтому гибкость и приспособляемость структуры управления коммерческой деятельностью к переменам и условиям окружающей среды имеют существенное значение.

Обеспечение исполнительной информацией. Выработка и принятие управленческих решений основываются на исполнительной информации. Она включает получение исходной информации, обработку, анализ и выдачу результатов управляющего воздействия. Эта задача выполняется с помощью современных технических средств, позволяющих автоматизировать процесс информационного обеспечения.

Управление коммерческой деятельностью нельзя отделить от системы управления торговым предприятием, которое выполняет еще и функции, связанные с технологической, экономической и финансовой деятельностью. Следовательно, при построении структуры управления коммерческой деятельностью необходимо учитывать взаимодействие и соподчиненность всех составляющих элементов, образующих целостную систему управления торговым предприятием[[4]](#footnote-4).

В целом область деятельности, называемая менеджментом фирмы, может быть разделена на отдельные функции, которые сосредоточены в трех основных группах:

- общее управление (установление нормативных требований и политики управления, политики инноваций, планирование, организация работы, мотивация, координация, контроль, ответственность);

- управление структурой предприятия (его создание, предмет деятельности, правовые формы, связи с другими предприятиями, территориальные вопросы, организация, реконструкция, ликвидация);

- конкретные области управления (маркетинг, НИОКР, финансы, производство, кадры, основные фонды).

Если структурные стороны деятельности предприятия определены, то все функции управления разделены на общие и конкретные.

Функция управления - вид деятельности, основанный на разделении и кооперации менеджмента и характеризующийся определенной однородностью, сложностью и стабильностью воздействий на объект и субъект управления.

Функции управления и установление объема работ по каждой функции являются основой для формирования структуры управляющей системы и взаимодействия ее компонентов.

Общие функции выделяются по этапам (стадиям) управления.

В соответствии с ГОСТ 24525.0-80 к ним относятся:

- прогнозирование и планирование;

- организация работы;

- мотивация;

- координация и регулирование;

- контроль, учет, анализ.

Функции, выделяемые по сферам деятельности, называются конкретными. ГОСТ рекомендует их типовой состав:

- перспективное и текущее экономическое и социальное планирование;

- организация работ по стандартизации;

- учет и отчетность;

- экономический анализ;

- техническая подготовка производства;

- организация производства;

- управление технологическими процессами;

- оперативное управление производством;

- метрологическое обеспечение;

- технологический контроль и испытания;

- сбыт продукции;

- организация работы с кадрами;

- организация труда и заработной платы;

- материально-техническое снабжение;

- капитальное строительство;

- финансовая деятельность.

Общие и конкретные функции управления тесно связаны и представляют собой разные срезы всего поля управления[[5]](#footnote-5).

# 1.3 Организация труда на предприятии розничной торговли

Организация труда на предприятии розничной торговли должна быть направлена на осуществление комплекса организационно-технических, эконо­мических и санитарно-гигиенических мероприятий, позволяю­щих рационализировать торгово-технологический процесс, эф­фективнее использовать торговые и другие площади, оборудова­ние и персонал магазина, создать благоприятные условия труда и на этой основе обеспечить высокий уровень торгового обслу­живания населения.

Различают индивидуальную и бригадную формы организа­ции труда. На предприятиях розничной торговли в основном применяется индивидуальная форма организации труда - работник используется на определенном участке торгово-технологического процесса и на него возлагается товарно-материальная ответственность за сохранение товара, обслуживания покупателей и т.д. Так, например: продавец несет ответственность за качество товара продаваемого товара, за качество обслуживания покупателей. Грузчики несут ответственность за разгрузку товаров. Заведующие за своевременное пополнение ассортимента, за своевременную доставку товара в магазин, т.к. она составляет заявки на товар и определяет дату поставки товара. Бухгалтера отвечают за точное и своевременное выполнение хозяйственных операций. Директор отвечает и несет ответственность за качество выполняемой работы персонала и за управление всеми операциями торгово-технологического процесса.

Важное направление организации труда это разделение труда, представляющее собой расстановку работников по рабочим местам и закрепление за ними определенных обязанностей по их специальностям и квалификации.

В связи с этим важное значение имеет рациональное разделение труда работников магазина. Оно пре­дусматривает наиболее целесообразную расстановку работни­ков для выполнения торгово-технологических операций, четкое определение функциональных обязанностей каждого работника. Основными формами разделения труда являются: функциональное, товарно-отраслевое и квалификационное.

Функциональное разделениепредполагает обособление от­дельных функций и выделение работников для их выполнения. С учетом этого признака весь персонал на предприятии розничной торговли подразделяется на три категории: управленческий, основной, или торгово-оперативный, и вспомогательный.

Товарно-отраслевое разделениепозволяет работникам специализироваться на продаже отдельных или нескольких товарных групп. Это способствует более глубокому изучению ассортимента товаров, более квалифицированному и производи­тельному обслуживанию покупателей.

Разделение труда по квалификационному признакуосновы­вается на распределении обязанностей работников магазина в соответствии с их квалификацией. Рациональное использование квалифицированных кадров благотворно сказывается на повы­шении уровня обслуживания покупателей. Так, с учетом квали­фикации продавцов подразделяют на первую, вторую и третью категории. При этом продавец первой категории выполняет бо­лее сложные работы, на его долю приходятся более ответствен­ные функции, связанные с обслуживанием покупателей. Соот­ветствующие различия имеются и в круге обязанностей, а также в выполняемых функциях между продавцами второй и третьей категорий. Продавцы третьей категории – работники без опыта или с очень низким опытом работы. В основном они работают на всех отделах, помогают продавцам первой и второй категории в обслуживании покупателей и подготовки товаров к продаже (написание ценников, сверка цены, выставление товаров на оборудование т.д.). Продавцов третьей категории нанимают на работу и дают испытательный срок на три месяца. Если продавец показывают себя с лучшей стороны, тогда продавца поднимают до второй категории. Продавцы первой категории это лучшие работники, обладающие большим стажем работы и высокой квалификацией[[6]](#footnote-6).

Соотношение количества продавцов различной квалификации в розничном торговом предприятии зависит от ассортимента ре­ализуемых товаров. Так, чем большую долю в товарообороте занимают сложные по характеру отпуска товары, тем большее число продавцов высокой квалификации должно быть в штате магазина.

Одним из важных условий разделения труда является его кооперация, которая выражается в совмещении работниками магазина профессий, специальностей и функций. Это позволяет более полно и равномерно загрузить персонал магазина в тече­ние рабочего дня, ускорить процесс обслуживания покупателей. В результате кооперации труда повышается профессиональный уровень работников магазина, они приобретают дополнительные навыки и знания.

Уровень кооперациитруда в магази­не устанавливается с учетом режима работы магазина, форм организации труда и материальной ответственности на осно­ве изучения степени загрузки работников и выявления сво­бодного времени в течение рабочего дня.

К примеру долж­ность заведующего товарным отделом может быть совмещена с должностью товароведа и продавца-кассира; продавца - с должностью заведующе­го отделом, администратора, кассира, уборщика; Такое совмещение должностей (профессий) может быть обеспечено за счет овладения работниками магазина второй профессией. Кроме того, для улучшения обслу­живания покупателей большое значение имеет овладение дополнительными специальностями, что должно про­исходить на базе уже полученных ими навыков и приемов.

Помимо полного совмещения должностей, работники магазина параллельно с основными своими должностными обязан­ностями могут выполнять отдельные функции, относящиеся к другим профессиям (должностям). Заведующие отделами участвуют в обслуживании покупателей, продавцы выполняют вспомогательные работы во время вынужденных перерывов в их основной работе и т. д.

Разделение и кооперация труда на предприятии розничной торговли должны осуществляться с учетом типа и размера торговой площади предприятия, применяемых методов продажи товаров, размера и структуры товарооборота, используемых методов дополнитель­ного обслуживания покупателей и других условий работы ма­газина. Однако мероприятия по разделению и кооперации труда не должны сопровождаться ухудшением качества обслуживании покупателей и условий труда работников магазина.

Одно из основных направлений совершенствования организации труда на предприятии розничной торговли - улучшение организации и обслужива­ния рабочих мест*.* Организация и обслуживание рабочих мест обеспечивают персоналу магазина благоприятные усло­вия для эффективного использования рабочего времени и обору­дования, повышения производительности труда.

Для этого правильно оснащают рабочее место соответствующим оборудованием и инвентарем и удобно его размещают; размещают рабочие места, в строгом соответствии с последо­вательностью выполнения торгово-технологических операций; создают нормальные условия труда, оптимально окрашивают стены.

Большое значение имеет планировка рабочих мест. Она представляет собой размещение на определенной площади (в зо­не приложения труда) функционально связанных между собой элементов технологии, оборудования, организационной оснаст­ки (рабочей мебели) и инвентаря, необходимых для осуществле­ния торгово-технологического процесса. Длина фронта рабочих мест дифференцируется в зависимости от ассортимента и сте­пени сложности реализуемых товаров, от интенсивности поку­пательских потоков и частоты покупок.

Обслуживание рабочих мест связано с выполнением подгото­вительно-заключительных, транспортных и хозяйственно-быто­вых функций.

Подготовительно заключительные функции вклю­чают: подготовку товаров к продаже; проверку полноты ассор­тимента товаров и его пополнение на оборудовании; подготовку инвентаря и размещение его в рабочей зоне; выкладку товаров; подготовку кассовой машины к работе; подсчет общей суммы выручки и сдачу ее в установленном порядке; уборку рабочего места[[7]](#footnote-7).

Транспортные функции предусматривают внутри магазинное перемещение товаров и освободившихся упаковки и та­ры.

Выполнение хозяйственно-бытовых функций долж­но обеспечивать рабочие места необходимым оборудованием, инвентарем, упаковочными материалами и форменной оде­ждой.

Повышению производительности труда работников во многом способствует совершенствование приемов и ме­тодов труда*.* Под приемами труда следует понимать совокуп­ность трудовых действий, направленных на выполнение повто­ряющихся в определенной последовательности операций, свя­занных единым целевым назначением. Используемые приемы и мето­ды труда зависят от ассортимента реализуемых товаров, мето­дов подготовки и продажи товаров, квалификации работников и других факторов. Совершенствование приемов и методов труда сопровождается сокращением затрат времени на выпол­нение трудовых операций, обеспечением безопасности труда, достижением максимальной содержательности труда. Оно должно способствует уменьшению затрат времени на обслуживание покупателей и утомляемости работников.

На качество обслуживания покупателей существенное влия­ние оказывают квалификационный и общеобразовательный уро­вень работников магазина. Поэтому одним из направления со­вершенствования организации труда в магазине является подго­товка и повышение квалификации кадров*.* С повышением ква­лификации и общеобразовательного уровня работников рознич­ных торговых предприятий растет производительность их труда и культура обслуживания покупателей, уменьшается уровень за­трат труда в торговле. Квалифицированный работник быстрее овладевает передовыми методами труда, затрачивает меньше времени на выполнение отдельных операций, успевает обслу­жить большее количество покупателей, чем работник, облада­ющий более низкой квалификацией.

**2. Организация труда и управления на розничном торговом предприятии магазин «Колос»**

**2.1 Характеристика магазина розничной торговли «Колос»**

Магазин «Колос» принадлежит ООО «Колос» и расположен в городе Вологда на первом этаже жилого дома. Режим работы магазина: с 8.00 до 22.00 без перерыва на обед и без выходных. Вид деятельности – розничная торговля. Предприятие действует на основании устава. Устав зарегистрирован отделом государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности и лицензирования комитета по управлению муниципальным имуществом города Вологда. Учредителями являются граждане РФ: директор ООО «Колос», и коммерческий директор. Предприятию выдан патент на право торговли. В патенте указываются правила, которые должно соблюдать торговое предприятие. Так же предприятие действует на основании лицензии.

Продажа товаров в магазине «Колос» осуществляется продавцом-кассиром через прилавок с применением ККМ. Основная нагрузка ложится на продавца, от квалификации которого зависит скорость и качество обслуживания населения. Продавец предлагает и показывает товар покупателям, предоставляет информацию о них, дает консультацию и помощь в выборе новых и сопутствующих товаров. Кроме того, он дол­жен уметь быстро и хорошо выполнять такие технологические операции, как нарезка, отмеривание, взвешивание и упаков­ка товаров, производить расчет с покупателем. Применение в магазинах метода индивидуального обслуживания снижает уровень обслуживания населения, увеличивает затраты времени на приобретение товаров и ограничивает самостоятельность покупателей в выборе товара. Магазин состоит из четырех отделов: вино-водочный отдел, бакалея, гастрономия и хлебный отдел. В магазине арендуют места для непродовольственных отделов (парфюмерия, трикотажные изделия, мобильные телефоны). Общая площадь магазина составляет 220 м2.

Магазин является универсальным, так как ассортимент построен на базе широкой номенклатуры товарных групп. В магазине товары всегда свежие и качественные. Товар заказывается небольшими партиями, поэтому долго не залеживается. В магазине наиболее широкий выбор следующих товаров: кондитерские изделия, приправы и специи, молоко и кисломолочные продукты, колбаса и мясные изделия.

В магазине имеются подсобные помещения (помещения для хранения и ремонта тары, помещения для хранения торгового инвентаря, помещения для подготовки товаров к продаже), административно-бытовые помещение (кабинеты директора, бухгалтеров, заведующих, столовая, комната для отдыха и личной гигиены), небольшой склад для продуктов с более длительным сроком хранения (вино-водочные напитки, шоколад и др.).

Предприятие закупает товары по ценам поставщиков и перед продажей устанавливает, свою цену прибавляя от 15% до 25%от полной стоимости.

Предприятие отвечает техническим, санитар­ным, противопожарным и другим требованиям, а оборудова­ние и инвентарь содержатся в образцовом санитарном и техническом состоянии. В магазине применяется такие виды инвентаря как: инвентарь для вскрытия тары; инвентарь для подготовки товаров к продаже; инвентарь для выкладки и показа товаров; инвентарь для отпуска товаров; инвентарь для узла расчета; санитарно-гигиенический инвентарь; противопожарный инвентарь; инвентарь для гигиены.

Магазин «Колос» каждые полгода посещает СЭС, налоговая инспекция и министерство стандартизации и метрологии. Введется специальный журнал, где записывается дата и название проверяющей службы. В магазине имеется книга отзывов и предложений. В эту книгу покупатели могут записать свои положительные или отрицательные отзывы. Если поступают отрицательные отзывы, тогда применяют различные методы решения: лишают персонал премии в размере 100%, проводят беседы, делают выговоры в письменной форме, если поступают положительные отзывы о конкретном продавце, тогда его вознаграждают различными способами: премии, благодарности, грамоты, прибавка к з/п).

В магазине большой спрос на продукцию т.к. он очень удобно расположен для покупателей. Для привлечения покупателей магазин «Колос» снижает цены, проводит дегустации и старается разнообразить ассортимент различными новинками товаров. В расположение торгового предприятия есть и минусы. К магазину нет подъездных путей. Грузовые машины с товарами подъезжают со стороны двора, поэтому жильцам не удобно подъезжать и подходить к своим подъездам. Так как магазин расположен на 1 этаже жилого дома, то от жильцов регулярно поступают следующие жалобы: хлопают двери и постоянный шум с утра и до позднего вечера.

На предприятии работает следующий персонал: директор, заведующие, бухгалтера, продавцы-кассиры, грузчики и уборщицы. Каждый из них выполняют свои обязанности.

Весь персонал розничного магазина «Колос» можно подразделяют на три категории:

Управленческий персонал – состоит из работников, обеспечивающих управление трудовым процессом.

Директор - руководит предприятием, так же руководит планово-экономической работой, занимается подбором кадров и организует повышение их ква­лификации, обеспечивает охрану труда, технику безопасности и пожарную безопасность, организует выполнение наказов пайщи­ков. Ему же подчинены службы, занимающиеся вопросами труда и заработной платы, бухгалтерского учета и финансов. Следит за соблюдение правил продажи товаров, проверяет качество поступающих на предприятие товаров, управляет персоналом.

Заведующий - в его ведении находятся вопросы организации технологических операций и хозяйственного обслу­живания. Следит за поддержанием товарных запасов на определенном уровне, составляют заявки на завоз товаров, принимают товары по количеству и качеству, обес­печивают сохранность товарно-материальных ценностей. Участвует в формирование ассортимента реализуемых товаров, Осуществляет контроль за соблюдение правил маркировки и упаковки, условий хранения, сроков годности и продажи товаров.

В магазине «Колос» работают посменно двое заведующих. Рабочий день длится с 8:00 до 20:00 с перерывом на обед.

Бухгалтер – осуществляет финансово-хозяйственные операции на предприятии. Проверяет товарные отчеты, производит начисление заработной платы работникам предприятия, ведет учет кассовых операций и денежных средств на расчетном счете. Ведет учет доходов и расходов предприятия, осуществляет начисления налогов и перечисления их в бюджет. Формирует журналы-ордера для составления бухгалтерского баланса. Ведет учет основных средств и сдает все необходимые отчеты в налоговые органы. В магазине «Колос» работают ежедневно главный бухгалтер и бухгалтер. Рабочий день у них длиться с 9:00 до 18:00.

Основной персонал - это продавцы, контролеры, кассиры, т. е. работники, занятые обслуживанием покупателей в торговом за­ле.

Продавцы-кассиры - в их обязанности входит подготовка и уборка рабочего места (получение упаковочного материала, проверка работоспособности торгового оборудования и инвентаря, пополнение рабочих товарных запасов, уборка тары, поддержание надлежа­щего санитарного состояния), подготовка товаров к продаже, обслуживание покупателей, учет неудовлетворенного спроса и т. д. Готовит рабочее место к выполнению рас­четных операций (проверяет исправность контрольно-кассовой машины, записывает показания счетчиков, получает разменную монету и т. д.), выполняет расчетные операции с покупателями, осуществляет сдачу выручки и т. д. Приемка товаров по количеству, оформление витрин, подготовка товаров к продаже. Следить за частотой пополнения товара с учетом покупательского спроса, знать ассортимент и особенности пищевой ценности товара. На каждом отделе работают посменно двое продавцов-кассиров с 8:00 до 22:00 с перерывом на обед. Каждое воскресенье недели пересчитывают отдел.

Вспомогательный персонал - обеспечивает обслужи­вание основного персонала, а также поддерживает магазин в надлежащем санитарно-гигиеническом состоянии.

Грузчики - осуществляют разгрузку поступающих товаров. Осуществляют ремонтные работы на предприятие. Доставляют со склада товары в отделы.

Уборщицы – поддерживают магазин в санитарно-гигиеническом состоянии. Ежедневно моют полы, протирают витрины и моют административно-бытовые помещения, выносят мусор и др.

Посменный график работы обеспечивают возможность сочетания труда и отдыха, что способствует повышению производительности труда. Однако отсутствие директора в вечерние часы приводит к тому, что все обязанности возлагаются на заведующих тем самым, увеличивая интенсивность труда.

# 

# 2.2 Организация и управление трудом персонала и торгово-технологическим процессом в магазине «Колос»

Торгово-технологический включает в себя комплекс взаимосвязанных торговых и технологических операций, содержание и последовательность выполнения которых зависят от типа и величины магазина, его технической оснащенности, степени подготовленности к продаже поступивших в магазин товаров и других факторов.

Весь торгово-технологический процесс в магазине можно разделить на три основные части:

- операции с товарами до предложения их покупателям;

- операции, связанные с обслуживанием покупателей;

- дополнительные операции по обслуживанию покупате­лей (Рис. 2.1).

Поступление товара

Разгрузка транспортных средств

Приемка по количеству и качеству

Перемещение товара

Торговый зал

Подсобные помещения

хранение

Подготовка к продаже

Продажа товаров, обслуживание покупателей

**Рис. 2.1 Торгово-технологический процесс в магазине «Колос»**

В торговом предприятии магазин «Колос» существенное влияние на качество торгового обслужива­ния оказывают операции с товарами до предложения их по­купателям.

Грузовые машины с товаром подъезжают со стороны двора, составляя неудобства жителям дома. В магазине разгрузку транспортных средств производит грузчик или водитель, который доставил товар. Когда заведующая составляет заявку на какое-либо число, но точное время не оговаривается и машина с товаром подъезжает в течение дня. Это довольно неудобно т.к. для лучшей организации процессов на предприятии необходимо вести график поставки товаров, что позволяет рационально распределить рабочий день и обязанности среди персонала. Товары разгружаются аккуратно, чтобы не повредить их.

Так, например: коробки с печеньем нельзя кидать или бросать при разгрузке, т.к. печенье хрупкое, и вместо печенья в коробке останется один лом, что затруднит продажу этого товара. Разгрузку коробок с фасованными крупами или стеклянными банками так же рекомендуется производить аккуратно, в противном случае предприятие понесет убытки из-за не ответственности своего персонала.

Разгрузку товаров осуществляют прямо в отделы, где осуществляется приемка по количеству.

Приемка по количеству необходима для уста­новления соответствия наименования, сорта, цены товаров, а также их количества данным сопроводительных документов. Приемку в магазине «Колос» осуществляет материально-ответственные лица: продавец-кассир, заведующая или директор. Это зависит от того, кто свободен в то время, когда привезут товар.

Приемка товаров по количеству заключается в сверке фактически поступившего товара с данными указанными в сопроводительных документах. Условно приемку по количеству можно разделить на два этапа:

А) проверка количества мест и веса брутто (вес товара с тарой).

Б) проверка количества единиц вместе и веса брутто (чистый лист товара).

Приемка товаров по количеству начинается с проверки сопроводительных документов (накладная, счет-фактура товаротранспортная накладная), затем проверяется маркировка и целостность упаковки. После чего проверяют количество тарных мест и определяют массу брутто. Если не обнаружено расхождений, тогда в документах ставиться отметка. Так же на документах ставиться Ф.И.О. и должность принявшего товар работника, его подпись и печать магазина. Один экземпляр документов возвращается, а второй остается на предприятии. При разгрузке товаров сразу проверяется целостность товара и упаковки. Если при разгрузке были обнаружены дефекты и другие различные повреждения или товары с истекшим сроком годности, то разгрузку приостанавливают, выявляют недостатки товаров и отправляют поставщику продукцию, не принимая её. Если непосредственно при приемке товаров по количеству обнаружена недостача, тогда приемку приостанавливают и вызывают поставщика (телеграммой или по телефону).

Приемка по качеству про­водится с целью предотвращения поступления к покупателям товаров низкого качества. Приемка товаров по качеству регулируется следующими нормативными документами:

* Инструкция по порядку приемки товаров по качеству;
* Договор поставки;
* Особые условия поставки;
* ГОСТы, ТУ, ОСТы и другие стандарты качества.

Приемка товаров по качеству осуществляется, после того как товар приняли по количеству. Приемку по качеству начинается с проверки сопроводительных документов (сертификат соответствия, гигиенический сертификат, качественное удостоверение, ветеринарное свидетельство.

Приемку по качеству осуществляет заведующая. Приемка может проводиться сплошная или выборочная. Сравнивается фактическое качество товаров с нормативными документами по качеству (ТУ, ГОСТ). Товар принимается органолептическими методами (вкус, цвет, запах и др.) при необходимости отправляется на экспертизу в лабораторию. Приемка товаров по качеству проводиться:

А) скоропортящиеся товары – в момент приемки по количеству не позднее 4 часов.

Б) по остальным товарам от местных поставщиков - не позднее 10 дней.

В) от иногородних поставщиков – не позднее 20 дней.

После разгрузки и приемки товаров, в зависимости от того какими он обладает пищевыми свойствами, от вида упаковки и расфасовки, от условий хранения, и от степе­ни готовности товаров к продаже его размещают в соответствующие места, т.е. в зону хранения, непосредственно в торговый зал или в помещение для подготовки к реализации.

Макароны, крупы, сахар и другие продукты, расфасованные непосредственно на самом предприятия изготовителе доставляются сразу в торговый зал, т.к. они не требуют подготовки перед продажей. В зону хранения в магазине «Колос» направляются товары с длительным сроком хранения, которые сразу закупаются в больших количествах, в основном это вино-водочная продукция, приправы, специи и супы быстрого приготовления.

В магазине «Колос», имеется небольшой склад, где хранится продукция с длительным сроком хранения - это вино-водочная продукция, приправы, специи и супы быстрого приготовления и др. Товар хранится на складе с учетом сроков его реализации, свойств товара, условий и продолжительности хранения. Эти условия указываются на маркировке, а так же другая информация о требованиях к хранению содержится в нормативных документах. На предприятии «Колос» выбирают свободный способ размещения товаров, при котором на освободившихся площадях размещают товары других групп, но при этом способе затрудняется учет товаров из-за расположения однородных товаров в нескольких местах. При размещение на хранение торговое предприятие «Колос» применяют прямую укладку товаров, ящики или коробки ставятся друг на друга маркировкой наружу. При хранении товаров на предприятии соблюдается санитарный режим: борьба с грызунами и другими вредителями, вентиляция, мытье полов с применением дезинфицирующих растворах. Остальную продукцию (молоко, мясные продукты, колбаса, кисломолочные продукты, кондитерские изделия др.) заказывают в небольших количествах, поэтому они не хранятся, а сразу реализовываются.

Перед продажей необходимо: распаковать (освободить) товар от внешней тары; проверить соответствие цены, очистка от пыли (если товар находился на складе); удаление мелких неисправностей; фасовка; предварительная нарезка товаров; укладка товаров в специальную тару для подачи в торговый зал; оформление и прикрепление ценников и при необходимости комплектование подарочных наборов. В магазине «Колос» подготовку товаров к продаже осуществляет продавец-кассир. Готовят товары к продаже прямо в отделах. Дозы фасуемых товаров осуществляются по мере покупательского спроса. Предварительная подготовка и фасовка товаров способствуют повышению производительности труда продавца, более быстрому обслуживанию покупателей, снижению товарных потерь.

Овощи и фрукты сортируют, отделяя нестандартную продукцию и упаковывая её по необходимости в капроновые сетки.

Сыры протирают влажным полотенцем, затем сухим, удаляют казеиновые цифры, голову сыра нарезают специальным сырным ножом.

С колбас удаляют шпагат и концы оболочки.

Кондитерские изделия перед продажей выкладываются в специальную тару или фасуются.

Размещение и выкладка товаров в торговом зале влияет на уровень торгового обслуживания и эффективность работы магазина. Товары, имеющие одинаковое значение располагаются в одном месте для того, что было удобнее сориентироваться покупателю и продавцу. Новые товары выкладываются на видных местах, а товары, обладающие, низким спросом выкладываются с товарами, имеющими повышенный спрос. Размещение товарных групп для каждого типа магазина в зависимости от ассортимента реализуемых им товаров и применяемых методов продажи каждой товарной группы учитывается еще при составлении технологической плани­ровки этого магазина. При этом учитывают конструктивные особенности торгового зала, расположение окон, дверей, ко­лонн и т. д.

Товары в мелкой упаковке располагаются у кассы. Продавцы своевременно пополняют витрины, что не образовывались пустые места. Пополнение товарами производиться в течение рабочего дня или перед открытием магазина. Продукция в магазине размещается на пристенных деревянных горках, витрины, прилавки, холодильное оборудование.

Все товары, особенно продовольственные, размещают с со­блюдением правил товарного соседства. Нельзя, например, выкладывать в одном холодильном прилавке рыбу и мясные продукты, так же стиральные порошки, товары бытовой химии и другие товары, следует размещать отдельно на островных горках или в специ­альных изолированных от основной массы товаров местах, в силу своих физико-химических свойств, вредно влияющих на другие товары. На оборудование товар размещают с применением горизонтальной и комбинированной выкладке.

Завершающей стадией торгово-технологического процесса являютсяоперации, связанные с обслуживанием покупателей.Онияв­ляются наиболее важной частью торгово-технологического процесса в магазине. На этой его стадии многое зависит от профессионализма работников магазина, от их умения по­мочь покупателю в выборе необходимых товаров, быстро и качественно обслужить его.

Встреча покупателя является важнейшим составным элементом процесса обслуживания по­купателей. Правильная организация показа товаров возможна только на ос­нове хорошо продуманной схемы размещения товаров, применения современ­ных способов их выкладки. При показе продавец уточняет запросы покупа­телей, обращает внимание на особенности отдельных товаров, раскрывает товароведные, эстетические свойства, качество изделий. Предлагает и показывает различные товары. Дает консультации по товарам, предлагает новинки.

Предложение товаров и показ товара повышает культуру торговли. Она проводится при по­казе и отборе товаров и включает сведения о назначении товаров разных марок, способах эксплуатации и обращения с товарами, нормах потребления отдельных товаров в зависимости от конкретных условий их использова­ния, соответствии изделий современной моде. Консультация не должна огра­ничиваться только сообщением интересующих покупателя сведений о това­рах, но и способствовать пропаганде новых товаров, воспитанию эстетичес­ких вкусов покупателей.

В магазине индивидуального обслуживания расчет с покупателями происходит на месте через прилавок продавцом-кассиром. Расчет производится в следующем порядке:

Пробить на ККМ суммы, причитающиеся с покупателей и определить общую стоимость покупки.

Четко назвать сумму покупки.

Деньги, полученные от покупателя положить на виду у покупателя.

Определить сумму сдачи.

Четко назвать ее покупателю и сдавать сдачу с крупных купюр, четко пересчитывая её.

Сверху положить погашенный чек.

Рациональное построение торгово-технологического про­цесса в магазине должно обеспечить экономическую эффек­тивность работы торгового предприятия, создать максималь­ные удобства для покупателей и комфортные условия для труда и отдыха работников магазина.

Торгово-технологический процесс в магазине состоит из пе­риодически повторяемых операций, в чем проявляется его ци­кличность. В то же время торгово-технологический процесс мо­жет протекать с различной динамичностью и интенсивностью (в течение дня изменяется интенсивность покупательских и товар­ных потоков, расчетных и других операций).

**2.3 Организация управления в магазине «Колос»**

Предметами управления в магазине «Колос» являются товарные за­пасы, ассортимент товаров, товарные и покупательские потоки, трудовой процесс и качество обслуживания покупателей.

В магазине созданы условия бесперебойной продажи товаров при минимальных объемах товарных запасов и предотвращения товарных потерь в процессе хранения. Товары в магазин закупаются небольшими партиями, по мере спроса у покупателей, сразу же реализовываются и не хранятся в магазине. В любой задаче управления запасами требуется определять количество заказываемой продукции и сроки размещения заказа. В случае периодического контроля состояния запаса следует обеспечивать поставку нового количества ресурсов в объеме размера заказа через равные интервалы времени.

В случае непрерывного контроля состояния запаса необходимо размещать новый заказ в размере объема запаса, когда его уровень достигает точки заказа.

В магазине строго следят за ассортиментным перечнем товаров. Постоянно и своевременно пополняют ассортимент товаров, вносят изменения в ассортимент. Часто пополняют ассортимент новинками товаров. Ежедневно изучают покупательский спрос (проводят опросы, анкетирование) и, опираясь на него, составляют ассортиментный перечень товаров. Так же для регулирования и контроля ассортимента товаров в мага­зине применяют следующие методы: разработку техноло­гических карт размещения ассортимента товаров в торговом за­ле; определение соответствия фактического ассортимента това­ров установленному обязательному ассортиментному перечню и выявление причин отклонений; разработку и принятие решений, направленных на совершенствование ассортимента товаров.

Цель управления товарными потоками состоит в том, чтобы обеспечить высокую производительность труда работни­ков магазина и сократить затраты времени на пополнение то­варных запасов в торговом зале. Оно должно основываться на соблюдении следующих принципов:

- достижение максимальной точности внутри магазинного перемещения товаров;

- обеспечение минимального объема грузооборота;

- недопущение пересечения товарных и покупательских пото­ков;

- применение средств механизации на основе пакетирования грузов и широкое использование тары-оборудования.

Управление товарными потоками осуществляется на основе специальных технологических карт. При их разработке учиты­вают расположение помещений (зон) магазина и их взаимосвязь, размещение товаров в торговом зале, их оборачиваемость, обрат­ные потоки тары и упаковки из торгового зала до мест их хра­нения, направления покупательских потоков.

Управление покупательскими потоками предполагает равномерное распределение покупателей в торговом зале. Создаются условия, для того чтобы покупатели свободно перемещались по торговому залу, могли свободно выбрать понравившийся товар и рассчитаться за него. Во многом это зависит от расположения отделов, от скорости обслуживания покупателей и от создания комфортных условий для покупателей. В магазине «Колос» созданы такие условия. Покупатели обслуживаются быстро, отделы расположены удобно, кроме хлебного отдела. Очередь за хлебом выстраивается так что мешает остальным покупателям подойти к гастрономическому отделу. Это большой минус магазина. Этот вопрос разбирается и решается директором предприятия.

Управление потоками покупателей предполагает анализ и интенсивности по часам и дням работы магазина, предусматривает расстановку персонала магазина с учетом их интенсивности, четкую внутримагазинную информацию, обеспечение размещения товаров в торговом зале с учетом равномерного распределения покупа­тельских потоков и т. д. В регулировании потоков покупателей существенную роль играют расчетные узлы, которые должны иметь достаточную пропускную способность, что обеспечивает­ся рациональным выбором типа контрольно-кассовых машин, правильным определением потребности в них, квалификацией контролеров-кассиров и т. д.

Управление процессом обслуживания покупателей на­ходится в тесной взаимосвязи с совершенствованием всего торгово-технологического процесса в магазине, организации труда торговых работников, с соблюдением ими правил прода­жи товаров и требований культуры торговли. Систематически изучается мнение покупателей об используемых в магазине методах продажи товаров, ассортименте реализуемых товаров, дополнительных услугах, оказываемых покупателям, и т. д. На основе этого принимают дополнительные меры по улучшению торгового обслуживания населения. Если проанализировать жалобную книгу магазина «Колос» то можно твердо сказать что в магазине низкая культура обслуживания покупателей. Руководитель предприятия рассматривает и предпринимает меры по решению этого вопроса.

**2.4**  **Условия труда в магазине «Колос»**

К важным факторам повышения эффективности труда работников розничных торговых предприятий, относится его нор­мирование, которое позволяет установить рациональную числен­ность и структуру штата работников, эффективно использовать оборудование и рабочеевремя, повысить материальную заинте­ресованность работников в результатах своего труда.

Рабочий день работников магазина складывается из времени работы и перерывов. Время работы затрачивается на выполнение подготовительно-заключи­тельных, основных и вспомогательных операций.

При нормировании труда работников используют нормы вре­мени, выработки и обслуживания.

Под нормами времени понимают затраты времени на выполнение определенного объема работы одним или нескольки­ми работниками в рациональных организационно-технических условиях.

Рабочий день продавцов перегружен. Работают они с 8:00 до 22:00 со скользящими перерывами на обед. Это очень трудно в моральном и физическом плане. На продавцов ложиться большая ответственность и нелегкая задача: одновременно обслуживать покупателей, управлять ассортиментом товаров, подготавливать товары к продаже и многое другое. Рабочие обращаются с просьбами к директору магазина нормировать их рабочий день. Однако директор не спешит с решением этого вопроса. Сам же директор магазина находиться на рабочем месте всего 6 часов. Когда он отсутствует, все его обязанности перекладываются на заведующих магазином. Тем самым, снижается производительность труда.

Качество обслуживания покупателей в значительной мере за­висит от режима работы розничного торгового предприятии.В свою очередь, на режим работы магазина влияют интенсив­ность покупательских потоков, распределение товарооборота по часам дня, дням недели, сезонам. При этом следует также учи­тывать необходимость создания оптимального режима труда и отдыха торговых работников, предоставления им пятидневной рабочей недели, составления удобного графика выхода на ра­боту. Разработанный с учетом этих требований режим работы магазина согласовывается с местными органами влас­ти. В магазине разрабатываются графики выхода на работу. Они основываются на соблюдении предусмотренной трудовым законодательством продолжительности рабочего времени и обеспечении ритмично­го чередования времени труда и отдыха работников магазина в течение дня и рабочей недели.

В рабочее время включается время, затрачиваемое на подготовительно-заключительные операции (подго­товку товаров к продаже, их размещение и выкладку, подго­товку инвентаря и упаковочного материала, проверку весоиз­мерительного оборудования, подсчет чеков, уборку инвентаря, упаковочных материалов) На эти операции отводится, как правило, не менее 30 мин, но не более 120 мин в смену.

Общая продолжительность рабочего времени за день – 11 ч 30 мин., за неделю - 48 ч.

Совершенствование организации труда в магазине неразрыв­но связано с улучшением условий труда работников*,* которые в значительной мере определяют их работоспособность и утомля­емость. Добиться улучшения условий труда можно внедрением средств механизации тяжелых и трудоемких работ, улучшением санитарно-гигиенических, бытовых и эстетических условий тру­да, обеспечением охраны труда и строгим соблюдением техники безопасности.

Улучшению условий труда работников магазина во многом способствует широкое применение тары-оборудования для до­ставки товаров, внедрение средств механизации погрузочно-разгрузочных работ и внутри магазинного перемещения товаров, механизация операций, связанных с подготовкой товаров к продаже и их отпуском, а также учетно-вычислителъных операций.

Условия труда работников магазина во многом зависят от вентиляции и отопления. В торговом зале и других помещениях магазина должен поддерживаться нормальный воздухообмен и температура воздуха. В магазине «Колос» температура воздуха в торговом зале и подсобных помещениях магазина в холодный период года составляет 12-17°С, это достаточно холодная температура, однако работники вынуждены работать в таких условиях. В теплый период около 25°С. Превышение этих норм приводит к возникновению простудных заболеваний работников магазина. Система вентиляции и отопления должна предусматривать равномерное распределение воздуха в помеще­ниях магазина. Относительная влажность воздуха в холодный и переходный периоды года не превышает 75%, в теплый период она может быть в пределах от 55% (при 28°С) до 75% (при 24°С).

Особые требования предъявляются к освещению магазинов. Оно должно быть равномерным, достаточно интенсивным, но не ослепляющим. Освещение не искажает фак­тический цвет товаров. Рабочие места фасовщиков, продавцов гастрономических товаров, контролеров-кассиров должны осве­щается в 2 раза интенсивнее, чем остальная часть торгового зала.

Неблагоприятное воздействие на организм человека оказы­вает шум. Он приводит к переутомлению работников, разви­тию различных заболеваний. Основными источниками шума в магазинах являются транспортеры, холодильные и вентиля­ционные установки, а также некоторые другие виды торгово-технологического оборудования. Шум оказывает отрицательное воздействие не только на работников магазина, но и на покупа­телей и жильцов дома.

Улучшению условий труда работников, повыше­нию культуры обслуживания покупателей способствуют также соблюдение требований технической эстетики при организации рабочих мест и оформлении интерьеров, а также строгое соблю­дение санитарно-гигиенических условий труда. Магазины долж­ны располагать необходимыми санитарно-техническими устрой­ствами и бытовыми помещениями.

На производительность труда работников магазина, качество обслуживания покупателей существенное влияние оказывает ми­кроклимат в его коллективе. Благоприятный микроклимат в коллективе предполагает доброжелательное отношение работ­ников друг к другу, дружную работу, взаимовыручку и т. д. Он во многом зависит от характера и стиля руководства коллекти­вом магазина.

На работников розничных торговых предприятий возлагает­ся материальная ответственность, т. е. обязанность возместить имущественный ущерб, причиненный предприятию по их вине.

Письменный договор о полной материальной ответственно­сти заключается только с работниками, достигшими 18-летнего возраста и занимающими должности, непосредствен­но связанные с хранением, обработкой, перевозкой и продажей товаров. При этом нельзя принимать на работу, лиц ранее суди­мых за растраты и хищения, не трудоспособных лиц и т.д.

В соответствии с заключенным договором работник магази­на принимает на себя полную материальную ответственность за обеспечение сохранности вверенных ему материальных ценно­стей и обязуется: бережно относиться к переданным ему ценно­стям и принимать меры к предотвращению ущерба; своевремен­но сообщать администрации магазина обо всех обстоятельствах, угрожающих обеспечению сохранности вверенных ему матери­альных ценностей; вести учет и отчетность в установленном по­рядке; участвовать в инвентаризации материальных ценностей. Договор подписывается руководителем предприятия (организа­ции) и лицом, принявшим на себя материальную ответствен­ность. Если в магазине обнаруживается недостача или порча товара, тогда выясняется в смену какого работника (продавца, заведующего), это произошло и этот работник несет полную материальную ответственность в размере заработной платы, премии или стоимости товара, в зависимости от величины недостачи или порчи товара.

Повременная заработная плата имеет две системы: простую повременную и повременно-премиальную. В магазине «Колос» применяются обе системы.

Заработная плата - важнейшая часть системы оплаты и стимулирования труда, один из инструментов воздействия на эффективность труда работника. Это вершина системы стимулирования персонала предприятия.

Заработная плата в магазине «Колос» начисляется работникам за затраты его труда создания наилучших оптимальных условий для покупателей и в процессе реализации товаров и обслуживания покупателей. Заработная плата это вознаграждение работникам за результаты их труда, в соответствии с его количеством и качеством, получаемая в виде суммы денег от работодателей. Размер заработной платы определяется количеством и качеством труда и его результативностью, а также договором о найме, законами спроса и предложения. Заработную плату на предприятии магазин «Колос» устанавливает директор предприятия, а начисления производит главный бухгалтер.

Заработная плата выплачивается в виде премий, гонораров, месячных окладов и социальных выплат, вознаграждение рабочим, управляющим, служащим.

Организация оплаты труда состоит из следующих последовательных действий:

определение систем оплаты труда и способа учета при оплате в соответствии с результатами труда;

определение трудовых обязанностей, норм трудовых затрат;

определение условий оплаты труда, то есть оплату за норму труда;

определение порядка изменений всех вышеназванных элементов и условий труда.

Премии обычно начисляют при перевыполнении плана работником, то есть при условии максимальной трудовой отдаче работника.

Размер премий устанавливают заранее. Это необходимо для того, чтобы работник еще перед началом трудовой операции знал, что при более качественном ее выполнении его ждет гарантированная сумма определенных размеров. Премии в магазине выплачиваются в виде 30 – 40% непосредственно от оклада. Размер премий так же устанавливает руководитель предприятия. Директор предприятия каждый месяц анализирует книгу отзывов и предложений, и в зависимости от этого назначает премии. Если имеются какие-либо жалобы на работников, тогда директор принимает решения лишить работника премии в размере до 100% на этот месяц. А если положительные отзывы о каком-либо работнике, тогда ему назначают дополнительные проценты к назначенной премии. Выплачивание премий дает стимул работникам для наилучшего выполнения торгово-технологического процесса в магазине, для повышения культуры обслуживания покупателей и наиболее качественного выполнения своих обязанностей.

**Заключение**

Таким образом, в данной курсовой работе мы рассмотрели и попытались охарактеризовать как теоретические, так и практические аспекты организации труда и управления на розничном торговом предприятии.

Мы выяснили, что оптимальная организация труда и управления на розничном торговом предприятии является основным фактором для успешной и эффективной деятельности предприятия розничной торговли, позволяющей достигнуть максимальных прибылей от продаж.

Во второй части работы мы провели краткий организации труда и управления в розничном торговом предприятии, действующем на территории нашего города.

# По результатам работы, в процессе анализа организации труда и управления на предприятии розничной торговли магазин «Колос», сформулируем основные выводы и предложения по улучшению торговой деятельности предприятия.

Магазин «Колос» - индивидуального обслуживания. Отпуск товаров осуществляет продавец-кассир. В магазине не разработан график нормирования рабочего дня. Рабочий день продавцов составляет 12 часов с получасовым перерывом на обед, поэтому им приходиться очень трудно в физическом и моральном плане. Это снижает уровень обслуживания покупателей и снижает качество осуществления торгово-технологического процесса. Директор магазина в недавнее время принялась за разрешения этих вопросов. Поступают в магазин жалобы о низкой культуре обслуживания покупателей. Этот вопрос разрешается следующими способами: лишают продавцов премии в размере до 100%, делают выговоры в письменной форме и проводят разъяснительные беседы. Из-за нехватки кадров некоторые работники совмещают несколько профессий (заведующие - товароведов и продавцов-кассиров) тем самым, увеличивая интенсивность труда. Не смотря на то что, работники предприятия выполняют несколько функций и совмещают профессии, им выплачиваются премии и непосредственно заработная плата, за нелегкий труд работникам выносят письменные и устные благодарности и начисляют прибавку к заработной плате.

Тем самым, давая работникам стимул улучшать качество выполняемой работы и стремиться к наилучшим результатам. Возможно улучшение в организации и управлении торгово-технологическим процессом. В магазине нет помещений для подготовки товаров к продаже. Товар проходит подготовку к продаже непосредственно в отделах, что составляет большие неудобства для продавцов в связи с обслуживанием покупателей и при выкладке товаров на оборудование. В магазине всегда свежие и качественные товары, так как они закупаются в небольшом количестве и быстро реализуются. Расчеты с покупателями производят с применением ККМ и весоизмерительного оборудования. Покупателям не стоит опасаться приобретать товары в магазине «Колос». Магазин отвечает техническим, санитарным и противопожарным требованиям. Работники предприятия добросовестно и ответственно относятся к своей работе, в магазине широкий ассортимент товаров наилучшего качества и свежести.

**Литература**

1. Барановский В.А., Рубцова Л.И., Тимофеева В.А. Продавец. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2001.

2. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия: Учеб. пособ. - Минск: Новое знание, 2006.

3. Волков А.Н. Предприятие. – М., 2005.

4. Греховодова М.Н. Экономика торгового предприятия. Учебное пособие / М.Н. Греховодова. - Ростов н/Д: «Феникс», .2004.

5. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М.: ИВЦ «Маркетинг» , 2008.

6. Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольственными товарами: Учебное пособие. - М.; Издательский Дом «Дашков и К°», 2000.

7. Кнорринг В.Н. Искусство управления. – М., 1997.

8. Леви М, Вейтц Б.Основы розничной торговли. - СПб.: Питер, 2001.

9. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. – М.: Юнити, 2007.

10. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. – М.: Маркетинг, 2001..

11. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. – М.: Дашков и К, 2003.

12. Стредвик Дж. Управление персоналом в малом бизнесе. - СПб.: Нева, 2003.

13. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. – М.: Дашков и К, 2008.

14. Экономика и управление малой фирмой. / Под ред. И.В. Мишуровой. – М.: ИКЦ «МарТ», 2004.

15. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / Под общей ред. А.Н. Соломатина. - М.: ИНФРА-М, 2001.

1. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия: Учеб. пособ. - Минск: Новое знание, 2006. [↑](#footnote-ref-1)
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М.: ИВЦ «Маркетинг» , 2008. [↑](#footnote-ref-2)
3. Леви М, Вейтц Б.Основы розничной торговли. - СПб.: Питер, 2001. [↑](#footnote-ref-3)
4. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / Под общей ред. А.Н. Соломатина. - М.: ИНФРА-М, 2001. [↑](#footnote-ref-4)
5. Кнорринг В.Н. Искусство управления. – М., 1997. [↑](#footnote-ref-5)
6. Барановский В.А., Рубцова Л.И., Тимофеева В.А. Продавец. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2001. [↑](#footnote-ref-6)
7. Барановский В.А., Рубцова Л.И., Тимофеева В.А. Продавец. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2001. [↑](#footnote-ref-7)