

Туркина Е.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент В.В. Федина**Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23**E-mail: turkina_e@mail.ru***Исследование торгово-технологического процесса продовольственных товаров и пути его совершенствования (на примере ООО «Горизонт»)**

Розничная торговля в России превратилась в один из важнейших двигателей экономического роста экономики страны в 80-е годы. С начала 2000-ого года главным катализатором роста современной розницы является рост потребительского спроса на внутреннем рынке страны, который позволяет сглаживать колебания на экспортных направлениях.

Динамика товарооборота продовольственных товаров за 2014 – 2015 гг. по Российской Федерации, Владимирской области и округу Муром представлена в таблице 1 [4], [3].

Таблица 1 - Динамика товарооборота продовольственных товаров

	2014, тыс.руб.	2015, тыс.руб.	Изменение, тыс.руб.	Темп роста, %
Российская Федерация	12 380 805 500	13 419 312 700	1 038 507 200	108,39
Владимирская область	81 312 789	87 523 222	6 210 434	107,64
Округ Муром	8 865 070	9 594 232	729 162	108,23

Как видно из таблицы, объём реализованных продовольственных товаров по Российской Федерации в 2015 г. вырос по сравнению с 2014 г. на 8,39%. По Владимирской области в 2015 г. объём также увеличился по сравнению с 2014 г. на 7,64%. По округу Муром в 2015 г. объём реализованных продовольственных товаров возрос по сравнению с 2014 г. на 8,23%. Таким образом, в целом оборот торговли в России с каждым годом стабильно увеличивается на 8%.

Рассмотрим организацию торгово-технологического процесса на примере муромского магазина «Окрошка» (ООО «Горизонт»). Ассортимент магазина «Окрошка» составляют следующие товарные группы: алкогольные и безалкогольные напитки, бакалея, детское питание, замороженная продукция, кондитерские изделия, консервация, кофе и кофейные напитки, майонезная продукция, молочная продукция, мясопродукты, охлажденная продукция, рыбная гастрономия, соусы и кетчупы, фрукты и овощи, и др.

Технологический процесс торгового предприятия состоит из основных этапов. Приемка товаров в магазине является важной составной частью технологического процесса. Приемка осуществляется по количеству и качеству.

Приемка товаров по количеству производится путем сопоставления данных сопроводительных и транспортных документов с фактическим наличием товаров.

Приемка товаров по качеству осуществляется в случаях, когда договором и актами законодательства установлены требования к качеству и безопасности товаров либо такая приемка предусмотрена договором. Такая приёмка производится органолептически. При этом проверяют соответствие стандартам и техническим условиям [2].

Правильная организация хранения продовольственных товаров в магазине обеспечивает сохранность качества и количества продуктов, их максимальную реализацию, снижает материальные издержки и трудовые ресурсы, увеличивает рентабельность торговли.

Условия хранения продовольственных товаров в магазине зависят от их свойств и состава. Основными параметрами, влияющими на изменение качества продуктов, являются:

относительная влажность; температура воздуха; вентиляция и освещение; наличие и качество упаковки и тары; соблюдение правил товарного соседства и укладки продукции.

Срок хранения одного и того же товара в зависимости от условий хранения может существенно отличаться. Температура хранения продуктов должна быть постоянной, иначе в результате резких перепадов и как следствие образования конденсата на продуктах может образовываться плесень.

Кругооборот товаров в розничной торговле влечет за собой необходимость непрерывного контроля и систематической проверки на соответствие фактического наличия товарно-материальных остатков в магазине с данными бухгалтерского учёта. Таким образом, в магазине следует проводить инвентаризацию. Сроки проведения инвентаризации в РФ определяются соответствующим Положением о бухгалтерском учете и отчетности [1].

Таким образом, розничная торговля является одной из важнейших сфер обеспечения населения. При ее помощи осуществляется рыночное соглашение товарного предложения и покупательского спроса. Являясь источником поступления денежных средств, торговля тем самым формирует основы финансовой стабильности государства.

Обеспечение роста основных экономических показателей деятельности магазина в значительной степени зависят от правильного формирования ассортимента, так как закрепление торгового предприятия на потребительском рынке связано с поиском и освоением того или иного сегмента. Важной задачей коммерческой работы в торговле является изучение и прогнозирование ёмкости товарных рынков, развитие и совершенствование рекламно-информационной деятельности, координация закупочной деятельности среди поставщиков.

В качестве предложений по совершенствованию торгово-технологического процесса в магазине «Окрошка» можно предложить следующие:

1) Исключить из продажи малопродávаемые позиции товаров. Лучший способ борьбы с лежалым товаром – вовсе не иметь такой товар в своём магазине. Необходимо заниматься мониторингом новой продукции и выбирать тех поставщиков, которые имеют интересные для покупателей товары и предлагают выгодные условия поставки, включающие возврат непродávшегося товара.

2) Сделать более оптимальной и удобной выкладку молочной продукции. В магазине самообслуживания именно выкладка влияет на решение клиента о покупке. Поскольку молочные продукты – основные в рационе многих потребителей, молочный отдел должен быть расположен в наиболее заметном и удобном для покупателя месте. Рекомендована блочная выкладка молочной продукции, внимание потребителей можно акцентировать на продукции различной жирности, разместив на полках и стеллажах специальные таблички, указывающие массовое содержание жира. Содержание жира можно указать и на ценнике, или использовать яркие таблички, так как они заметнее.

3) Организовать парковочные места для покупателей. С проблемой возрастающего количества автомобилей столкнулся и Муром. Автолюбители перед магазинами желают видеть удобную парковку. Магазин – это место куда покупателей приглашают, где их ждут и готовы обеспечить им всевозможные удобства в обмен на потраченные средства. «Нет парковки – нет торговли» – с этим в наши дни трудно не согласится. Посетители магазина видят парковку в тот же момент, что и фасад, и часто с неё начинает формироваться впечатление о магазине.

Таким образом, в данной статье были предложены мероприятия по совершенствованию торгово-технологического процесса в магазине «Окрошка».

Литература

1. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 № 49 (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств» // СПС Консультант Плюс
2. Радченко Л.А. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 398 с.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области // URL: <http://vladimirstat.gks.ru> (дата обращения: 03.04.2017)
4. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 03.04.2017)