

Содержание

Введение

1. Общая характеристика организации.
2. Ассортимент торгового предприятия, ассортиментные группы
3. Анализ ассортиментной политики
4. Приемка товаров по количеству и качеству.
3. Приемка товаров по количеству и качеству.
- 5 Состояние рабочей зоны, торгового оборудования и инвентаря.
6. Подготовка товара к продаже. Выкладка товара.
7. Информационные знаки на маркировке товаров и их назначение.
8. Оформление ценников на товары и проверка наличия всех необходимых реквизитов.
9. Товарные потери, причины их возникновения, порядка и сроков их списания.
10. Эксплуатация контрольно-кассовой техники
11. Обслуживание покупателей
12. Участие в инвентаризации
13. Составление товарного отчета

Заключение

Введение

Я, Михаил Густышкин, проходил производственную практику с 24.05.2022 г. по 28.06.2022 г. на базе Гипермаркета «Лента».

Основной целью проведения производственной практики в рамках профессиональных модулей ПМ.01 Управление ассортиментом товаров и ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является:

- формирование практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта.

- иметь практический опыт:

а) анализа ассортиментной политики торговой организации;

б) выявления потребности в товаре (спроса);

в) участия в работе с поставщиками и потребителями;

г) приемки товаров по количеству и качеству;

д) размещения товаров;

е) контроля условий и сроков транспортировки и хранения товаров; обеспечения товародвижения в складах и магазинах;

ж) эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования;

з) участия в проведении инвентаризации товаров

Задачи:

- ознакомление с торговым предприятием в целом и с особенностями работы отдельных отделов;
- приобретение практических навыков работы на рабочих местах;

- приобретение навыков по эксплуатации торгового оборудования;
- изучение правил техники безопасности, соблюдения личной гигиены и пищевой санитарии на торговом предприятии

1 Общая характеристика организации

Тип: Гипермаркет

Специализация: Универсальный

Место расположения: ул. Академика Александрова 2

Режим работы: Круглосуточно

Перечень основных и дополнительных услуг розничной торговли:

- Продажа и реализация товаров
- Информационно-консультационные услуги
- Оказание помощи покупателем при выборе товара

Виды материальной ответственности: В ООО «Лента» существует

два вида материальной ответственности: индивидуальная и коллективная (бригадная).

Индивидуальная материальная ответственность действует на всех сотрудников магазина «Лента», при этом на кассиров действует так же коллективная материальная ответственность.

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

Должностные обязанности кассира:

- Заведование кассой;
- Прием и выдача наличных денег, ценных бумаг (например, лотерей);
- Расчет с покупателями за товары;
- Определение подлинности купюр;
- Работа с банковскими картами;
- Учет и контроль денежной наличности;
- Ведение кассовой отчетности, оформление отчетных документов;
- Подготовка и передача денег инкассаторам.

2 Ассортимент торгового предприятия, ассортиментные группы

Для анализа ассортимента магазина «Лента» сгруппируем отдел по признакам широты и глубины и представим в таблице [№1](#)

Таблица №1- Анализ ассортимента отдела Безалкогольные напитки

Широта ассортимента	Насыщенность ассортимента	Глубина ассортимента
Вода	Газированная вода Негазированная вода Минеральная вода Газированная вода со вкусами	«Святой источник» «Лента» «Завьяловская» «Aqua minerale juicy яблоко»
Соки	Сок из фруктов Сок из овощей Сок из ягод Нектар Морс	Сок «Добрый» Сок «Rich» Сок «Лента» Нектар «Bonvida» Морс «Сады придонья»
Спортивные напитки	Энергетические напитки	«Флэш» «BURN» «ADRENALINE Rush» «RED BULL»

3 Анализ ассортиментной политики

Было опрошено 23 человека в возрасте от 15-70 лет с различным уровнем доходов, данные исследования приведены в таблице [№2](#)

Таблица №2 - Показатели, определяющие основные группы населения

Показатели	От 15-25 лет	От 26-50 лет	От 51-70 лет
Возрастная группа, чел.	5	8	10
Уровень дохода:			
Высокий	60000 руб.	80000 руб.	35000 руб.
Средний	35000-40000 руб.	40000-45000 руб.	18000-25000 руб.
Низкий	18000-20000 руб.	20000-25000 руб.	10000 руб.
Товары частого спроса	Газированная и негазированная вода, Энергетические напитки	Сок, Негазированная вода, Минеральные воды	Минеральные вода, негазированная вода
Товары периодического спроса	Морс	Энергетические напитки	Лимонад

Ассортиментная политика магазина ориентирована на эти слои населения.

В магазине «Лента» есть утвержденный ассортиментный перечень товаров, его утверждает руководитель отдела

К товарам частого спроса относятся Негазированная вода

К товарам периодического спроса относятся: Морс, Энергетические напитки и лимонады

Рассчитаем коэффициент устойчивости по отделу Безалкогольные напитки:

Выявление товаров, пользующихся устойчивым спросом, требует маркетинговых исследований методами наблюдения и анализа документальных данных о поступлении и реализации товаров.

В данном отчете для определения коэффициента устойчивости использовался метод опроса. Опрошены были покупатели отдела Безалкогольные напитки (Негазированная вода). И в результате было выявлено, что 4 вида вод (Вода «365 дней», Вода «Святой источник», Вода «Шишкин лес», Вода «легенда Сибири») пользуются постоянным спросом.

Коэффициент устойчивости рассчитывается по следующей формуле:

$$K_y = (Y : Шд) \quad K_y = 4 : 20 = 0.2$$

Вывод: Полученное значение свидетельствует о том, что 20% всех представленных видов негазированных вод пользуются устойчивым спросом у покупателей. Помимо основных видов вод, пользующихся устойчивым спросом потребителей, магазин «Лента» включает в структуру ассортимента другие виды вод, формируя рациональный ассортимент, что позволяет не только получить прибыль, но и наиболее полно удовлетворить потребности потребителей разных социальных групп.

4 Приемка товаров по количеству и качеству

Мною проводилась приемка товаров по количеству и качеству в соответствии с правилами, установленными в инструкциях «Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству (Утв. Постановлением Госарбитража СССР от 15.06.65 N П-6)»

Перечень процедур по приемке товаров на склад ООО «Лента» выглядит следующим образом:

- контроль наличия товаросопроводительной документации;
- визуальный осмотр поступившего товара (каждой грузовой единицы);
- подача необходимой тары и укладка в нее товара (при необходимости);
- взятие грузовой единицы транспортным средством и вывоз его на рампу;

- приемка поступившего груза по числу грузовых мест в соответствии с сопроводительными документами;
- сверка и оформление сопроводительных документов;
- оформление актов приемки с указанием порчи или недостачи груза, если таковые имеются;
- передача необходимых документов поставщику и подтверждение получения груза в базе данных;
- транспортировка груза в зону приемки для окончательной приемки и подготовки товаров к размещению на хранение.

При приемке товаров по качеству в ООО «Лента» одновременно проверяется тара и упаковка, маркировка на таре (упаковке) и товарах (при необходимости), выполнение иных условий, направленных на обеспечение сохранности и целостности товаров, на соответствие требованиям, установленным техническими нормативными правовыми актами и (или) другими обязательными правилами упаковки, маркировки, хранения и перевозки данных товаров.

5. Состояние рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка и т.д.), торгового оборудования и инвентаря.

До начала обслуживания покупателей в магазине «Ленте» происходит подготовка рабочей зоны, торгового зала это выглядит таким образом.

Кассир обязан:

- подготовить кассу к работе и оформить документы
- проверить наличие ценников на товарах

Сотрудники зала:

- навести порядок в зале и убрать палеты
- пополнить товарный запас товаров и расположить образцы их так, чтобы они все были видны покупателю
- проверить наличие ценников на товаре

6. Подготовка товара к продаже. Выкладка товара

Безалкогольные напитки являются товарами массового спроса. Они представляют собой хорошее средство для привлечения дополнительных покупателей. Для привлечения покупателей отдела безалкогольных напитков к рекламируемым товарам, выставляемым на самых видных местах, а также разного рода новинкам, в местах продажи используются вывески-указатели. Специально снижаемые цены на такие ходовые товары, как сок, питьевая вода, холодный чай, могут служить эффективным средством для создания у покупателя имиджа магазина, где можно купить товар по разумным ценам.

Выставленные организованно и последовательно товары обладают сильным зрительным воздействием. Они выделяются на фоне множества других предлагаемых товаров, олицетворяют идею порядка, качества и заботы о потребителе, улучшая таким образом имидж товара и усиливая склонность потребителя к покупке

Выкладка товаров – это услуга, предназначенная для демонстрации, облегчения поиска и выбор необходимых товаров, а также для создания потребительских предпочтений

Существует несколько видов выкладки: вертикальная, горизонтальная и фронтальная. Вертикальная выкладка – это расположение однородных товаров в несколько рядов вертикально, которая часто и используется для выкладки безалкогольной продукции. Преимущества вертикального блока:

- Упрощает пополнение товарных запасов, ситуация отсутствия какого-либо продукта может быть легче локализована;
- Создает эффект рекламного щита;
- Позволяет располагать самые ходовые виды продукции по вертикальной линии, в первую очередь видимую для покупателя;
- Покупателю легче найти тот продукт и тот вид упаковки, который он предпочитает.

Горизонтальная выкладка – это расположение товаров вдоль по всей длине оборудования, занимая каждым товаром 1-2 полки. Недостатком горизонтального блока является исчезновение эффекта вертикального рекламного щита – снижение импульса.

Фронтальная выкладка – это выставка одного образца в полную величину, остальные (за ним) видны частичны или не видны вовсе

Помимо принципов выкладки существуют и правила. На сегодняшний день основными правилами выкладки являются 1. Недорогое – вперед. Недорогие товары работают на то, чтобы создавать у покупателя благоприятное впечатление об уровне цен магазина.

2. Принцип чересполосицы. Товары с низкими ценами и товары, приносящие прибыль, чередуются по ходу движения покупателя в магазине.

3. Основные марки следует размещать в начале каждой ассортиментной группы.

Выкладка в секции напитков имеет свои правила такие как:

1. Верхняя полка. До самого верха стеллажа тяжело дотянуться рукой, поэтому эту зону также именуют «мертвой». В этой части оптимально раскладывать продукты, которые не пользуются спросом у потребителей.
2. Центральная полка. Часть стеллажа, расположенную на уровне глаз человека, также называют «золотой» или приоритетной. Они находятся на высоте примерно 1,6 м. Здесь стоит размещать наиболее ходовые или дорогие товары.
3. Нижняя полка. В этой зоне рекомендовано располагать тяжелые предметы, например, воду в пятилитровых бутылках.
4. В нижнем левом углу, который считается холодной зоной, принято размещать продукты массового спроса или позиции, которые редко покупают.



7. Информационные знаки на маркировке товаров и их назначение

Информационные знаки представляют собой условное легко узнаваемое обозначение, используемое для идентификации товара или его отдельных свойств. К информационным относятся знаки происхождения товара, соответствия, качества, товарные, эксплуатационные, манипуляционные, предупредительные и др.

Знаки наименования места происхождения товара позволяют потребителю установить страну происхождения товара, город, регион, в котором он изготовлен. Как правило, эти знаки представляют собой буквенный, цифровой, буквенно-цифровой код или герб страны происхождения товара.

Знаки соответствия или качества наносятся на товары, упаковку или их сопроводительные документы с целью демонстрации того, что товар прошел процедуру оценки соответствия товара требованиям, установленным стандартами, техническими регламентами, директивами или другими нормативными документами

Национальный знак соответствия - знак, подтверждающий соответствие требованиям, установленным национальными стандартами или другими нормативными документами. Он разрабатывается, утверждается и регистрируется национальным органом по сертификации.

Экологические знаки предназначены для информации об экологической безопасности или чистоте потребительских товаров, их использования либо утилизации. Они являются разновидностью знаков соответствия товаров.

8. Оформление ценников на товары и проверка наличия всех необходимых реквизитов.

В магазине «Лента» правила оформления ценников регулируется Постановлением Правительства РФ №55 от 19.01.1998 г. В котором указано, что на ценниках обязательно должна быть указана следующая информация:

- Единое оформление и четкость — Это значит, что цвет, форма, шрифт, материал таблички должны быть одинаковыми для всех ценников в магазине. Также покупатель должен четко видеть и понимать стоимость каждого товара.
- Наименование товара — На ценнике указываются название и характеристики товара. Например: Вода негазированная «Святой источник» 0,33
- Сорт, вид товара — Указывать сорт и вид если они есть.
- Цена за единицу (штуку, кг, 100 г, 1 м, бутылку и т. д.) — Указывается стоимость за единицу веса или за единицу товара.
- Дата оформления ценника
- Подпись ответственного лица или печать организации

9. Товарные потери, причины их возникновения, порядка и сроков их списания.

Запрет на продажу товаров с истекшим сроком годности установлен . ст.472. ГК РФ. Применяя нормы данной статьи, торговым компаниям следует

учитывать и то, что продавать товар нужно с таким расчетом, чтобы потребитель успел его использовать (употребить) после покупки.

Товарные потери– это утрата товарами качественных или количественных характеристик с условием, что их можно представить в натуральном выражении.

Причины возникновения товарных потерь:

- Неправильная транспортировка товара
- Неправильное хранение
- Неаккуратность сотрудников
- Бой стеклянной или раздавливание пластиковой, полимерной тары
- Гниль

Порядок списания товарных потерь: если товарные потери обусловлены естественной убылью, они списываются в торговые расходы. Если объем недостачи превысил допустимый размер естественной убыли, такие сверхнормативные убытки относятся на виновных лиц, которые возмещают субъекту хозяйствования потери.

Порядок списания определяет руководство компании. Во внутрифирменных регламентах должен быть установлен:

- порядок выявления и изъятия из продажи товаров с истекшим сроком годности;
- порядок направления их на утилизацию или уничтожение;
- порядок документального оформления всего процесса.

По общему правилу выявление негодных к продаже товаров актируется. В акте указываются: наименования товаров (по учетной номенклатуре), количество, местонахождение на момент истечения срока годности. В отдельном разделе акта должна быть указана дальнейшая судьба просроченных товаров — утилизация, уничтожение либо возврат поставщику.

Унифицированным альбомом первичных форм (утв. Госкомстатом 25.12.1998) для подобных целей предлагается форма ТОРГ-15 для оформления факта порчи и ТОРГ-16 для фиксации изъятия из оборота и решения об уничтожении или утилизации.

При этом хозяйствующему субъекту разрешается разработать бланки форм на списание товарно-материальных ценностей самостоятельно, учитывая требования к оформлению первичных документов. Передача товаров на утилизацию специализированной фирме оформляется так же, как реализация (накладной, УПД и т. п.).

На практике в магазине «Лента» я принимал участие в списании безалкогольных напитков. Руководитель дал задание пройти по отделу и найти напитки, срок годности которых закончился, а также выявить продукцию, товарный вид которой не соответствует. Затем такой товар мы привозили в подсобное помещение для списания. Сами накладные заполняли сотрудники

10. Эксплуатация контрольно-кассовой техники

В магазине «Лента» установлены контрольно-кассовые аппараты POS-системы. подразумевает под собой программную составляющую, кассовое оборудование и дополнительное оснащение, призванное автоматизировать процесс торговли.

В состав ПОС-системы для магазина входят следующие элементы:

- системный блок, оснащенный большим числом разъемов, чтобы подключать внешние устройства;
- фискальный регистратор — сохраняет данные о платежных операциях, также осуществляет их отправку через ОФД в налоговую службу;
- сканеры — позволяют идентифицировать товарные позиции по штрихкодам, за счет чего значительно растет скорость обслуживания покупателей;
- считыватель — призван распознавать коды, нанесенные на магнитные полосы, чипы карточек;
- монитор кассира;
- экран для отображения сведений, предназначенных для потребителя, — здесь выводятся сумма покупки, процент и размер скидки и т. п.;
- автономный принтер — ориентирован на печать чеков и штрихкодов;
- клавиатура — позволяет внести требуемые данные;
- ящик для хранения денежных средств — с различными типами открытия и замком.

POS-система справляется с широким перечнем задач: подготовка и распечатка чеков, отправка сведений ОФД, передача данных на e-mail либо телефон клиента.

К работе на кассовом аппарате допускаются лица, освоившие правила по эксплуатации ККТ, с которыми заключается договор о материальной ответственности.

Кассир при начале работы обязан:

- проверить наличие чековой ленты и при необходимости заправить новую;
- включить машину и получением нулевого чека проверить ее работу;
- напечатать два-три чека без обозначения суммы (нулевых) с целью проверки четкости печатания реквизитов на чековой ленте и правильность установки даты и нумерации (нулевые чеки прикладываются в конце смены к кассовому отчету);
- протереть кожух сухой тряпкой и установить со стороны покупателя (клиента) табличку со своей фамилией;

разместить необходимый для работы инвентарь

11. Обслуживание покупателей

Основные этапы обслуживания покупателей в магазине «Лента»:

1. Приветствие и начало диалога— Так как приветствие снимает барьер в последующем общении с клиентом, с покупателем необходимо поздороваться.
2. Установление контакта
3. Выявление потребностей покупателя— Установив контакт с клиентом, задавайте открытые вопросы, и внимательно слушайте его ответы. Подобные вопросы лучше всего задавать в начале

встречи, так как они расширяют диапазон диалога и позволяют получить максимум информации от клиента. Эти вопросы обычно начинаются с вопросительных слов: ЧТО? КАК? КОГДА? ГДЕ? КАКОЙ?

4. Презентация товаров данного отдела— На основе выявленных потребностей покупателя продавец проводит презентацию определенных товаров данного отдела торгового зала.
5. Работа с возражениями— В торговом зале случаются конфликты с покупателями. Поэтому необходимо, чтобы продавец мог контролировать возражения покупателя и был способен предотвращать возражения в процессе общения с покупателем.
6. Завершение продажи— На последнем этапе общения с покупателем продавец должен поблагодарить покупателя за визит, предложить посетить магазин еще раз. Если покупатель выбрал необходимый товар и покидает отдел, необходимо поблагодарить его за покупку.

12. Участие в инвентаризации

Инвентаризация — это проверка фактических остатков товаров, которые есть в магазине и на складе, сверка их количества с данными из учетной системы.

Цель — выявить фактические размеры, высчитать отклонения и расхождения реального с планом.

В магазине «Лента» инвентаризация происходит еженедельно по отделам.

Инвентаризацию проводит руководитель отдела или его заместители.

Этапы проведения инвентаризации в магазине «Лента»:

1 этап. Подготовительный.

В него входит:

- подготовка приказа о проведении инвентаризации;
- определение сроков проведения и видов инвентаризируемого имущества;
- получение расписок от материально ответственных лиц и т.д.
- распечатка инвентаризационных описей товарно-материальных ценностей (форма № ИНВ-3) отдельно на каждое материально ответственное лицо.

2 этап. Подсчет, выявление и проверка фактического наличия имущества и обязательств, а также составление инвентаризационных описей.

3 этап. Сопоставление данных инвентаризационных описей с данными бухгалтерского учета: выявляются расхождения, составляются сличительные ведомости и определяются причины расхождений.

4 этап. Оформление результатов инвентаризации. На этом этапе данные бухгалтерского учета приводятся в соответствие с результатами инвентаризации.

13. Составление товарного отчета

Товарный отчет применяется для учета товарных документов в организациях торговли за отчетный период, который утверждается руководителем организации.

Составляется в двух экземплярах руководителем отдела и с указанием номера, даты документов на поступление и выбытие товаров и тары.

Первый экземпляр отчета с приложенными документами, на основании которых составляется отчет, передается в бухгалтерию, второй экземпляр остается у руководителя.

Заключение

Ассортимент российского рынка безалкогольной продукции достаточно широк, он представлен как газированными, так и негазированными напитками, употребляемыми для утоления жажды.

Все безалкогольные напитки в зависимости от состава и способов приготовления можно подразделить на следующие группы: негазированные безалкогольные напитки — соки, экстракты, сиропы, морсы и горячие плодово-ягодные; газированные безалкогольные напитки — минеральные воды, плодово-ягодные газированные напитки; квас и напитки из хлебного сырья; сухие напитки — шипучие и нешипучие.