

**Ассоциация профессиональной образовательной организации
ТЕХНИКУМ
ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

ОТЧЁТ

о прохождении учебной практики на базе

ООО «Октябрьское молоко», Оренбургская область, Октябрьский район

юридический адрес: 462030, Оренбургская область, Октябрьский район,
с. Октябрьское, ул. Заводская, д. 3, к.а

Студент (ка) Сукиасян Ануш Оганесовна

формы обучения - заочная

специальности 38.02.04 Коммерция (по
отраслям)

Руководитель практики от техникума: Неплюева Светлана Владимировна

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Тип и вид организации. Организационная структура управления предприятием, его организационно-правовая форма.....	4
2 Организация и планирование закупок. Хозяйственные связи по закупкам и продажам на предприятии.....	6
3 Организация и технология приемки товаров в магазине.....	8
4 Размещение и выкладка товара в торговом зале.....	10
5 Процесс обслуживания покупателей.....	13
6 Эксплуатация оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда.....	18
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	21
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	22
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	23

ВВЕДЕНИЕ

Основная цель производственной торгово-коммерческой практики – получение информации и приобретение практических навыков, связанных с коммерческой деятельностью предприятия.

Применить и оценить качество теоретических знаний возможно только во взаимосвязи с их практическим применением, что позволяет сделать прохождение производственной практики, которое является актуальным в процессе обучения по выбранной специальности.

Задачи производственной практики:

- углубленное изучение и практическое освоение организации и управления торгово-сбытовой деятельностью предприятий;
- закрепление и расширение теоретических практических знаний;
- приобретение более глубоких практических навыков применительно специальности профилю будущей работы.

При прохождении производственной практики была сформулирована следующая цель: применить полученные теоретические знания на практике, а также ознакомиться с торговой организацией ООО «Октябрьское молоко».

Для достижения поставленной цели при прохождении практики необходимо решить ряд задач, которые предусмотрены программой:

Изучение деятельности предприятия ООО «Октябрьское молоко» в области экономики, организации и управления коммерческой деятельностью; изучение инструкций, методических указаний, нормативных документов, постановлений, действующих в настоящее время и регламентирующих работу фирм, организаций и предприятий.

Место прохождения практики: ООО «Октябрьское молоко», с. Октябрьское.

Основным видом деятельности ООО «Октябрьское молоко» является производство, заготовка, хранение и переработка сельскохозяйственной, хлебобулочной, мясной продукции, молока.

1 Тип и вид организации. Организационная структура управления предприятием, его организационно-правовая форма

Общество с ограниченной ответственностью «Октябрьское молоко», реализует свою деятельность на основе Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об обществах с ограниченной ответственностью», Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) и часть вторая от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.03.2017), Федерального закона от 30.12.2008 № 312-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

ООО «Октябрьское молоко» находится по адресу: 462030, Оренбургская область, Октябрьский район, с. Октябрьское, ул. Заводская, 3а.

Предприятие имеет в собственности обособленное имущество, отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Предприятие имеет самостоятельный баланс, а также может быть ограничено в правах лишь в случаях и в порядке, предусмотренных законом.

Целью деятельности ООО «Октябрьское молоко» является получение прибыли и наиболее эффективное ее использование для экономического и социального развития общества.

Основными видами деятельности предприятия является:

- производство, заготовка, хранение и переработка сельскохозяйственной, хлебобулочной, мясной продукции, молока;
- торгово-закупочная деятельность;
- оптовая и розничная торговля на территории РФ и за рубежом;
- производство продукции пищевой промышленности;
- производство кондитерских изделий и др. виды деятельности,

отраженные в уставе.

Высшим органом управления ООО «Октябрьское молоко» является общее собрание участников. Общее собрание участников предприятия может быть очередным и внеочередным.

Учредителями ООО «Октябрьское молоко» являются:

1) Бикбов Минулла Ахмадиевич – номинальная стоимость доли 495000 руб. (50%);

2) Мартиросян Анаит Рубеновна - номинальная стоимость доли 495000 руб. (50%);

Единоличным исполнительным органом предприятия является генеральный директор, которым является Сагателян Андраник Левонович.

Организационная структура ООО «Октябрьское молоко» представлена на рисунке 1.1.

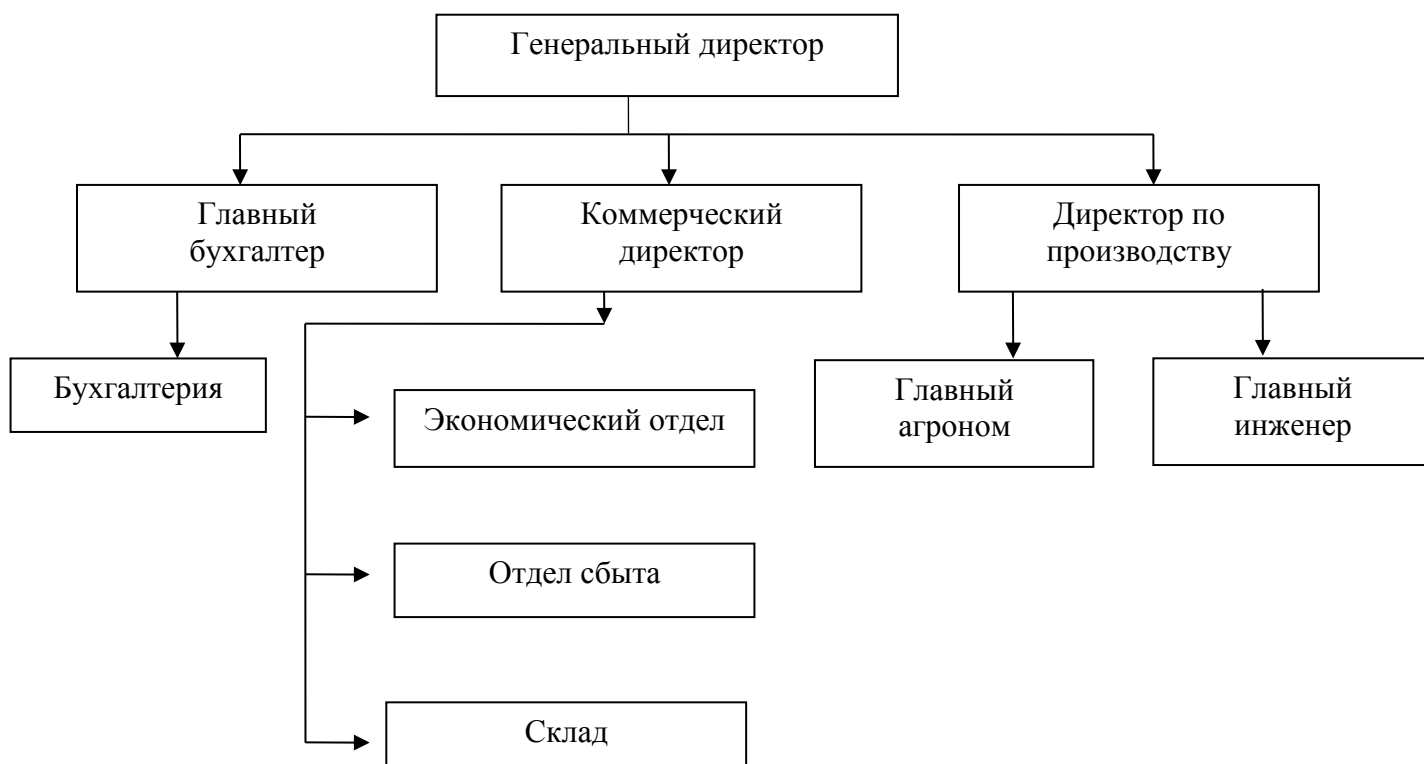


Рисунок 1.1 - Организационная структура ООО «Октябрьское молоко»

2 Организация и планирование закупок. Хозяйственные связи по закупкам и продажам на предприятии

ООО «Октябрьское молоко» имеет связи с поставщиками не только в Октябрьском районе, но и по Оренбургской областей.

Доставка сырья на предприятие осуществляется транспортом поставщика (до 40%), либо путём центровывоза транспортом предприятия.

Формы расчёта с поставщиками разнообразны и производятся денежными средствами.

Оплата поставляемого сырья производится в зависимости от его качества соответствия с договором контрактации. Качество поступающего на предприятие молока определяется в лаборатории приемного отделения, там же дается разрешение на его приемку. При приемке сырья осматривают тару, проверяют наличие санитарного паспорта на транспорт и личной санитарной книжки у шофера, накладной на цистерну с молоком. В накладной указывается номер цистерны, наименование предприятия, с которого поступило молоко, показатели качества молока при отправке его на предприятие, его количество. При осмотре тары обращают внимание на ее чистоту, целостность пломб, резиновых колец под крышками фляг и цистерн, заглушек на сливных патрубках цистерн. В лаборатории приемного отделения определяют качество молока по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям в соответствии с ГОСТом на молоко заготавливаемое. Все результаты анализов заносят в специальный журнал. Приемка молока осуществляется на специальной заасфальтированной платформе для транспорта. Перед сливом молока из цистерн сливные патрубки моют и дезинфицируют раствором хлорной извести, после чего ополаскивают питьевой водой. Молочные шланги, с помощью которых осуществляется перекачка молока из цистерн на весы, также дезинфицируют, и ополаскивают питьевой водой. После окончания слива молока, шланги промывают, дезинфицируют и

подвешивают на кронштейны, хранение шлангов на полу не допускается. Перекачивание молока из цистерн производится через счетчики. Молоко очищается на механическом фильтре, охлаждается и поступает в специальные резервуары по трубопроводу. Количество поставленного молока и сверяется с количеством, указанным в накладной.

3 Организация и технология приемки товаров в магазине

Одной из наиболее важных составных частей технологического процесса магазина является приемка поступающих товаров по количеству и качеству.

При приемке кисломолочных продуктов надо руководствоваться правилами розничной торговли соответствующими товарами, инструкцией о порядке приемке продукта производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству и качеству, стандартами и техническими условиями, а также договорами поставки.

При приемке кисломолочных товаров устанавливают соответствие наименования, сорта и цены товаров данным сопроводительных документов, массы брутто и нетто, состояния тары и упаковки, качество товара.

Принимают товар работники магазина, на которых возложена материальная ответственность за его сохранность.

Приемка товаров по количеству осуществляется в зависимости от способа доставки товаров в магазине (при централизованной доставке), на складе поставщика (при вывозе товара транспортом магазина).

При приемке сверяют массу, число мест, единиц товара с данными транспортных и сопроводительных документов. Проверка количества кисломолочных товаров проводится в тех же единицах измерения, которые указаны в сопроводительных документах. При отсутствии их приемка проводится с составлением акта, в котором указывают фактическое количество товара. Поступивший товар принимается в таком случае на ответственное хранение до прибытия сопроводительных документов.

Приемка кисломолочных товаров, поступивших в закрытой таре, по количеству обычно проводится в два этапа. На первом этапе товар принимают предварительно. Товары, отгружаемые в неповрежденной таре, принимают на месте получения их от поставщика или от транспортных органов путем проверки маркировки, перерасчета товарных мест, определение массы брутто.

При этом содержимое упаковочных мест по количеству единиц и массы нетто не проверяется, а в сопроводительных документах делается отметка, что товары приняты без внутренней проверки. Товары в стандартной исправной таре принимают без перевешивания по числу товарных мест.

Окончательную приемку товаров по количеству проводят в магазине, проверяя количество единиц товара в каждом товарном месте и массу нетто.

Если кисломолочные товары поставлены без тары, в поврежденной или открытой таре, то их принимают по массе нетто и количеству единиц в том месте, где происходит фактическая сдача их поставщиком получателю.

Приемка кисломолочных товаров по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте производится одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, а по скоропортящейся продукции не позднее 24ч. с момента получения товаров. При этом проверяют состояние тары, упаковки, целостность пломб и соответствие массы тары маркировке. Массу тары проверяют одновременно с массой нетто товара.

Если при приемке товаров по количеству в момент поступления товаров невозможно определить массу нетто, то проверяется масса брутто, а после освобождения тары из-под тары - фактическая масса тары. Массу нетто определяют путем вычитания из массы брутто фактической массы тары. Если тара весит больше, чем указано на трафарете, то эта разница будет завесом тары, который должен быть оформлен актом. Акт о завесе тары составляется не позднее 10 дней после ее освобождения, а о завесе тары из-под влажной продукции сметаны - в момент ее освобождения.

4 Размещение и выкладка товара в торговом зале

Правильная организация хранения товаров, сокращение товарных потерь являются важнейшей обязанностью работников торговли, обеспечивающей вовлечение в реализацию максимального количества товаров, направляющихся в торговую сеть, снижение материальных и трудовых затрат и повышение рентабельности торговли.

Основными условиями, соблюдение которых обеспечивает надлежащее хранение, являются: определенная температура и относительная влажность воздуха, соответствующие освещению и вентиляция; соблюдение товарного соседства; закрепление постоянных мест за товаром; обеспечение материальной ответственности; выполнение санитарно-гигиенических мероприятий, предупреждающих убыль и порчу товаров.

При хранении товаров укладывают на подтоварники, поддоны, стеллажи, в шкафы, подвешивают на плечики, кронштейны. Хранение товара на полу недопустимо.

При размещении кисломолочных товаров на хранение следует предусматривать возможность быстрого нахождения товара, удобного отбора для подачи в торговый зал учитывать длительность его хранения.

Хранить кисломолочные продукты необходимо при температуре не выше 80С. Сроки хранения и реализации установлены следующие: сметаны при наличии холода - не более 72ч., а при отсутствии холода - 24; творога - соответственно 36 и 12; творога - 24 и 12; творожных продуктов - 36 (при 60С) и 12; простокваши, кефира, кумыса, творожных тортов - 24ч (без охлаждения не реализуют). Хранение кисломолочных продуктов при более высоких температурах приводит к повышению их кислотности, отделению сыворотки, ухудшению качества и порче.

Ни в коем случае нельзя оставлять в таре с творогом и сметаной ложки. Их надо опускать в специальную посуду и ежедневно промывать горячей

водой.

На упаковке кисломолочных продуктов простокваши, кефира, ацидофилина проставляют число или день конечного срока реализации, а не их выработки.

Вся молочная продукция должна быть разнесена на два блока согласно технологии консервирования и условиям хранения. Пастеризованные продукты, требующие хранения при пониженной температуре, должны быть выставлены отдельно от стерилизованных. Массовая доля жира должна увеличиваться по направлению потока покупателей, т. е. начинают выкладку с молока жирностью 0,5 % и заканчивают молоком жирностью 6 или 8%. Представляя молочную продукцию, продавец должен следить за тем, чтобы, например, молоко жирностью 1 % всех серий и производителей стояло одно под другим, создавая единый вертикальный блок. На верхние полки стеллажа можно выставить молоко в маленьких упаковках. Если ассортимент одной серии шире, чем другой, то меньшую серию можно выставить на полке в большем объеме, не нарушая последовательности выкладки.

Молоко жирностью 3,5 % специалисты рекомендуют выставлять в большем объеме, поскольку у покупателей оно пользуется наибольшим спросом.

Следом за традиционным выкладывают витаминизированное ацидофильное и топленое молоко, а также ряженку. В группе стерилизованных товаров за ряженкой и топленым молоком размещают молочную продукцию с различными вкусовыми добавками, а в группе пастеризованных товаров — кефир и простоквашу. Механизм выкладки по увеличению жирности применяется и при размещении кефира и сливок.

При блочной выкладке молока и 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, но

все же лучше использовать яркие таблички — они заметнее. Например, при выкладке сливок можно применять таблички с информацией об их использовании (для взбивания, для кофе и т. д.).

В последнее время магазины и супермаркеты стали активно выставлять молочную продукцию (преимущественно стерилизованную) посреди торгового зала. Размещенное вне холодильных витрин молоко обязательно должно быть выложено на налеты и специальные дискеты (размещение прямо на полу недопустимо). При этом нижние ряды продукции могут не распаковываться, а верхние Один-два яруса должны быть выложены так, чтобы покупателю не приходилось самостоятельно извлекать молоко из пластика. Потребитель также не должен наклоняться или тянуться за пакетом или бутылкой, поэтому цена полета должна быть оптимальной высоты.

Диетическую молочную продукцию (например, из бобов сои) выкладывают в секции здоровых товаров или выделяют отдельное место среди традиционных молочных продуктов. Диетическое молоко, йогурт, майонез, по мнению специалистов, можно выложить между йогуртами и сливками. В отдельную группу выделяют молоко для грудных детей (обычно стерилизованное). Его выставляют или в отделах с детской продукцией, или следом за молоком.

Молочные консервы (сгущенные и сухие) размещают в зависимости от их применения. Возможна их выкладка в детских отделах, в отделах с товарами для приготовления и украшения кондитерских изделий, а также в молочном отделе и рядом с консервами. Сухие сливки можно выкладывать рядом с растворимым кофе.

Производители ООО «Октябрьское молоко» выпускают различную поддерживающую продукцию для стимулирования продаж молока и молочной продукции.

5 Процесс обслуживания покупателей

Одним из основных показателей, характеризующих процесс обслуживания покупателей, является уровень обслуживания покупателей. Данный показатель является интегральным, включающим ряд частных показателей, таких как культура обслуживания покупателей, скорость торгового обслуживания, стабильность товарного ассортимента, спектр услуг, предоставляемых покупателям и т.д.

Главная задача предприятия ООО «Октябрьское молоко» - хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия. Основными показателями, характеризующими результаты торговой деятельности выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Высокий уровень обслуживания покупателей, может быть, достигнут лишь в результате тесного взаимодействия всех звеньев торговли:

снижения издержек потребления;

предоставления разнообразных услуг населению;

стимулирование продаж.

Качество обслуживания покупателей находится в полной зависимости от достигнутого уровня производства предметов потребления в стране и имеющихся ресурсов для его удовлетворения. Выражается в количестве и качестве товаров, условиях их приобретения, затратах времени покупателей и качества услуг, культуре обслуживания.

Большинство ученых оценивая качество обслуживания, единодушно рассматривают его исходя из затрат времени покупателей на приобретение товаров и условий, в которых покупатель совершает покупку. Качество обслуживания, по их мнению, определяется:

как минимальное время, затраченное на приобретение товаров, и комфорт обслуживания

как целый комплекс торгового обслуживания от формирования потребностей на изделия до окончательной подготовки его потребителю, или как оптимизация затрат для покупателей и для сферы обслуживания.

Управление процессом обслуживания покупателей рассматривается как сложная совокупность решений, вырабатываемых менеджерами с учетом конкурентной позиции торгового предприятия на потребительском рынке, стадии его жизненного цикла, имеющегося потенциала трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Кроме того, управление процессом обслуживания покупателей неразрывно связано с управлением важнейшими экономическими показателями деятельности торгового предприятия, существенно влияющими на его финансовое состояние. Эффективность этого управления прямо влияет на объем товарооборота, сумму доходов и прибыли предприятия, а, следовательно, и на возможности финансового обеспечения его предстоящего развития.

Важно обратить внимание и на то, что высокий уровень обслуживания покупателей и достигнутый соответствующий имидж торгового предприятия в этой области на потребительском рынке повышает рыночную стоимость предприятия за счет неосязаемых активов.

Наконец, следует учесть и то, что обеспечение соответствующего уровня обслуживания покупателей в магазине является не только проявлением доброй воли менеджеров предприятия, направленной на обеспечение высоких конечных результатов хозяйственной деятельности, но и прямой их обязанностью, вытекающей из требований законодательных и других нормативных актов, связанных с обеспечением прав покупателей в процессе их торгового обслуживания.

Понятие «уровень обслуживания покупателей» носит обобщенный характер, оно определяется рядом конкретных элементов, которые играют различную роль в обеспечении этого уровня. По мнению покупателей и торговых экспертов, к числу наиболее важных относятся следующие элементы:

Наличие в магазине широкого и устойчивого ассортимента товаров, обеспечивающего удовлетворение спроса обслуживаемых контингентов покупателей.

Применение в магазине прогрессивных методов продажи товаров, обеспечивающих наибольшие удобства и минимизацию затрат времени на совершение покупок.

Предоставление покупателям дополнительных торговых услуг, связанных со спецификой реализуемых товаров.

Широкое использование средств внутримагазинной рекламы и информации.

Высокая профессиональная квалификация персонала, непосредственно осуществляющего процесс обслуживания покупателей в торговом зале.

Полное соблюдение установленных правил продажи товаров и порядка осуществления торговли в магазине.

Важнейшим элементом, формирующим уровень обслуживания покупателей в магазине, является подготовка товаров к продаже. Подготовка товаров к продаже способствует:

освобождению продавцов и других работников от излишних затрат времени и труда в процессе обслуживания покупателей,

быстрому отпуску товаров и увеличению пропускной способности магазинов, сокращает товарные потери и повышает коэффициент использования торгового зала.

Особенность продажи товаров, последовательность проведения отдельных операций зависит от сложности ассортимента продаваемых товаров, характера спроса покупателей, применяемых форм продажи. Несмотря на

принципиальные отличия в организации продажи товаров с применением различных форм, особенно самообслуживания, и с индивидуальным обслуживанием покупателей, они имеют и общие черты.

В магазинах процесс продажи складывается из следующих операций: встреча покупателя и выявление спроса. Эта операция является начальным элементом процесса продажи.

Предложение и показ товаров. 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.

Помощь в выборе товаров и консультация. В свою очередь консультация повышает культуру торговли. Консультация при показе и отборе товаров включает: сведения о назначении товаров разных марок, о способах эксплуатации и обращении с товарами, о нормах потребления отдельных товаров в зависимости от конкретных условий их использования.

Оплата стоимости товаров, упаковка и выдача товаров. Заключительная стадия процесса обслуживания покупателей и может осуществляться в расчетном узле, где покупатель предъявляет товары контролеру-кассиру, самостоятельно отобранные в зале самообслуживания.

Большое значение имеет правильная группировка товаров в торговом зале в зависимости от частоты спроса. Рациональная выкладка товаров осуществляется на основе следующих принципов:

для выкладки товаров необходимо использовать все свободные места в торговом зале;

товары, имеющие одинаковое значение, должны быть расположены в одном отделе магазина;

сопутствующие товары должны быть выставлены в непосредственной близости от основных;

крупногабаритные товары следует располагать недалеко от выхода;

новые товары, на которые необходимо обратить особое внимание покупателей, нужно выкладывать на видных местах;

товары пониженного спроса целесообразно располагать с соответствующими группами товаров, имеющих повышенный спрос.

Большое значение имеет рекламное оформление магазинов, которое решается с учетом архитектурных особенностей здания, интерьера магазина и конструкции торгово-технологического оборудования.

Таким образом, высокий уровень обслуживания покупателей, может, достигнут лишь в результате тесного взаимодействия всех звеньев торговли, снижения издержек потребления и предоставления разнообразных услуг населению. Уровень обслуживания включает в себя показатели, такие как культура обслуживания покупателей, скорость торгового обслуживания, стабильность товарного ассортимента, спектр услуг, предоставляемых покупателям и т.д.

6 Эксплуатация оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда

Техника безопасности при эксплуатации технологического оборудования молочной промышленности ООО «Октябрьское молоко».

Условия труда работников пищевой промышленности России во многих случаях не отвечает требованиям охраны труда и гигиеническим нормативам.

Безопасность представляет собой не просто состояние или функцию, характеризующуюся отсутствием опасности, но и включает в себя предупреждение этой опасности или ее устранение при возникновении.

Безопасность в пищевых предприятиях как комплекс можно рассматривать в двух основных объектах – производстве и продукте. В таблице 1 приведено разделение основных опасных воздействий по двум объектам.

Таблица 1. Безопасность пищевых и перерабатывающих производств ООО «Октябрьское молоко»

Безопасность ПиПП	
производства	продукта
Производственная безопасность (охрана труда)	Физиологическая безопасность
Экологическая безопасность	
Пожаробезопасность	
Режимная безопасность	Общественная безопасность

Представленная в таблице структуризация призвана детально рассмотреть вопросы безопасности в П и ПП.

Производственная безопасность представляет собой комплекс мер, систем (в том числе технологических), нормативов и др. в целях обеспечения охраны труда персонала.

В экономике любого государства роль пищевой промышленности

огромна. В настоящее время предприятий данной отрасли в нашей стране насчитывается около 25 тыс. Доля пищевой промышленности в объеме российского производства – более 10%. Молочная промышленность является одной из ее отраслей.

Настоящие Правила безопасности устанавливают основные государственные нормативные требования в области охраны труда, направленные на предупреждение производственного травматизма, профессиональных и производственнообусловленных заболеваний работников молочной промышленности.

Требования охраны труда, содержащиеся в настоящих Правилах, распространяются на организации, занимающиеся переработкой молока, независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности и обязательны для исполнения при осуществлении любых видов деятельности в молочной промышленности на территории Российской Федерации.

Конструкции любого технологического оборудования его безопасной и удобной эксплуатации. Машины и аппараты должны легко разбираться, собираться и быть доступными для мойки их внутренних частей, соприкасающихся с сырьем и продукцией.

Движущиеся части должны быть надежно ограждены, чтобы исключить возможность соприкосновения с ними обслуживающего персонала.

Конструктивные элементы узлов и механизмов должны обеспечивать удобный доступ и безопасность при эксплуатации и ремонте. Пусковые устройства должны обеспечивать плавность и быстроту включения и выключения, исключать самопроизвольные или случайные включения (выключения). Уровень шума при работе машин и аппаратов не должен превышать допустимых пределов.

Аппараты и машины, процесс эксплуатации которых сопровождается выделением паров, пыли, газов, оборудуют (вытяжные зонты и бутылкомоечных машинах, зонты у вальцовых сушилок и т.д.). Большое число

машин и молочной промышленности работает с выделением тепла (пар, горячая вода, горячий воздух). Поэтому рабочие поверхности этого оборудования в целях предотвращения ожогов или обморожений, а также для экономии тепла и холода – изолирует. Температура наружной поверхности изоляции не должна превышать 35С. Изоляция должна быть гладкой и прочной. Шкалы КИП должны иметь такие размеры, чтобы обслуживающий персонал мог легко их разглядеть со своего рабочего места.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе учебной практики мы ознакомились с молочным заводом в целом как с производственной и хозяйственной единицей; изучили структуру и организацию работы ООО «Октябрьское молоко», Оренбургская область, Октябрьский район, с. Октябрьское, формы хозяйственной деятельности, поставщиками сырья и потребителями продукции; ознакомились с основными процессами, протекающими при производстве; изучили основные виды оборудования и их устройство; ознакомились с организацией работы и оборудованием заводской лаборатории, освоили производственные методы выполнения анализов. За время практики мы изучили требования техники безопасности и охраны труда при обслуживании основного технологического оборудования при осуществлении в нем технологических процессов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ Р 52054 – 2003 «Молоко натуральное коровье – сырье».
2. Федеральный закон Российской Федерации от 12 июня 2008 г. № 88-ФЗ» Технический регламент на молоко и молочную продукцию».
3. Материалы и документация, предоставленные ООО «Октябрьское молоко», с. Октябрьское.
4. Забодалова, Л. А. Техно – химический и микробиологический контроль на предприятиях молочной промышленности [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 260300, 260303 (гриф УМО). – СПб.: Троицкий мост, 2009. – 224 с.
5. Рогожин, В. В. Биохимия молока и молочных продуктов [Текст]: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 110305/ В. В. Рогожин. - СПб: ГНОРД, 2006. - 320 с.
6. Кузнецов, В. В. Технологическое оборудование предприятий молочной промышленности [Текст]: справочник. 4.1./ В. В. Кузнецов. – М.: ДеЛи принт, 2008. – 552 с. ГОСТ Р 52054-2003. Молоко натуральное коровье – сырое;
7. ГОСТ Р 52090-2003. Молоко питьевое и напиток молочный. Технические условия;
8. Технический регламент ст.35;
9. Технический регламент ст. 36;
10. Крусъ, Г.Н. Технология молока и молочных продуктов: учебник для вузов/ Г.Н. Крусъ, А.Г. Храмцов, З.В. Волокитина [и др.]; под ред. А.М. Шалыгиной. – М.: КолосС, 2005. – 210с.;
11. <http://moloko45.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 1. Отбор проб молочной продукции

Исследуемые технологические процессы и материалы	Исследуемые объекты	Название анализа	Отбор проб	Периодичность контроля	Разведение
1	2	3	4	5	6
Производство пастеризованного молока	Молоко до пастеризации	Общее количество бактерий	Из рессированного бачка	1 раз в месяц	4; 5; 6
		БГКП;	То же	То же	2; 3; 4; 5
		Общее количество бактерий	Из крана на выходе из секции охлаждения	1 раз в декаду	1; 2; 3
		БГКП	То же	1 раз в декаду	10 см ³
		Проверка	Со всех работающих пастеризационных установок	Ежедневно	
		Пастеризованное молоко	Общее количество бактерий	Из резервуара в момент розлива	1 раз в месяц
		БГКП	То же	То же	0; 1; 2; 3
	Молоко из потребительской тары	То же	Из потребительской тары в цехе розлива	То же	То же
	Молоко	Общее ко-	Из потре-	Не реже	2; 3

	(готовая продукция)	личесство бактерий	бительской тары в экспедиции	1 раза в 5 дней	
		БГКП	То же	То же	0; 0; 0; 1; 1; 1

		Наличие термоустойчивых молочно-кислых палочек	То же	В случае появления в продукте порока, излишняя кислотность	
	Сливки после заквашивания	БГКП	Из резервуара	2 раза в месяц	0; 1
	Сметана после охлаждения	БГКП	Из потребительской тары	Не реже 1 раза в 3 дня	1-5
	и фасовки (готовый продукт)	Микроскопический препарат	То же	Не реже 1 раза в 3 дня и в случае появления порока «вспучивание»	
Производство сыра	Молоко сырое	Сычужно-бродильная	Средняя проба на	1 раз в 10 дней	

		проба	молоко от каждого поставщика		
		Проба на брожение	То же	То же	
		Общее количество спор мезофильных анаэробных лактатсбраживающих бактерий	То же	То же	0; 1; 2
		БГКП	То же	То же	2-4

	Молоко из пастеризатора	БГКП	Из пастеризатора	1 раз в 100 дней	10 мл
	Молоко после пастеризации (перед внесением закваски)	То же	Из сыроизготовителя	То же	0; 1
	Молоко после пастеризации (перед внесением закваски)	Общее количество спор мезофильных анаэробных лактатсбраживающих бактерий	То же	То же	0; 1; 2

