

Отчет по преддипломной практике

дата	Вид и содержание работ
1	<p>1.Изучение Устава предприятия .</p> <p>Учредительными документами ООО "Развитие" являются учредительный договор, подписанный учредителями, и утвержденный ими устав. В уставе отмечен размер начального капитала, указываются вид и сфера деятельности сети, установлена форма управления торговой сетью, указываются адреса и названия магазинов.</p> <p>Согласно устава магазин обозначен в качестве филиала ООО "Развитие" а следовательно, осуществляет часть функций общества и наделен имуществом, создавшим его юридическим лицом. Поэтому магазин действует не на основании Устава, а на основании положений, утвержденных ООО "Развитие" Руководитель магазина ООО "Развитие" назначен генеральным директором поэтому он осуществляет свою деятельность на основании его доверенности. Полное название магазина (в соответствии с учредительными документами): ООО "Развитие" Месторасположение (в соответствии с учредительными документами)(Прилож. 1)</p> <p>2.Изучение организационной структуры и должностных инструкций</p> <p>Организационная структура магазина. На рисунке 1 представлена организационная структура магазина:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD UM[Управляющий магазином] --> TP[Товаровед приёмщик] UM --> OX[Охранник магазина] UM --> ZUM[Заместитель управляющего магазина] UM --> BU[Бухгалтер магазина] ZUM --> KZ[Контролёр закассового пространства] ZUM --> KA[Кассир] ZUM --> OT[Оператор торгового зала] ZUM --> PR[Продавец] ZUM --> FA[Фасовщица] ZUM --> OG[Оператор-грузчик] </pre> </div> <p>Рисунок 1 – Организационная структура магазина. Все сотрудники магазина несут коллективную материальную ответственность. УМ – управляющий магазина (5 рабочих дней делает заявки на товар). ЗУМ – заместитель управляющего магазина (2 ЗУМа). Работают с персоналом, делают заявки на скоропортящиеся товары, осуществляют инкассацию денежных средств. ПТ – приёмщик-товаровед. Осуществляют приемку товара и являются заместителями ЗУМа. КЗП – контролёр закассового пространства. Контролирует работу кассиров. Ведут журналы. Следят за оплатой.</p>

ОТЗ – оператор торгового зала.

Продавец – осуществляет продажу товаров в отделах кулинарии, гастрономии, овощей и фруктов.

Фасовщица – расфасовывают весовой товар.

ОГ – оператор-грузчик. Производят выгрузку товара и доставляют его в торговый зал.

Зона ответственности – это группа товаров, закрепленная за сотрудником, в котором он выполняет свои функциональные обязанности.

Функциональные обязанности, единые для всех сотрудников:

1. знание ассортимента товара;
2. знание товарных характеристик товара;
3. контроль качества и количества товара;
4. контроль сроков реализации;
5. предпродажная подготовка товаров;
6. выкладка товара;
7. поддержание чистоты на рабочем месте;
8. помощь покупателям в выборе товара;
9. вежливое обслуживание покупателей;
10. контроль правильности цен;
11. визуальное прослеживание торгового зала;
12. меры по предотвращению хищения в магазине;
13. участие в инвентаризациях.

Дополнительные обязанности контролеров закассового пространства:

1. Организация работы кассиров в торговом зале;
2. оказание помощи кассирам в решении проблем;
3. знание устройства и правила эксплуатации контрольно-кассовых машин (ККМ);
4. ведение журнала;
5. контроль оплаты товара покупателями и сотрудниками магазина.

Дополнительные обязанности кассиров:

1. знание устройства и правила эксплуатации ККМ;
2. знание и строгое соблюдение правил расчетов и покупателями;
3. контроль по платежеспособным денежным единицам.

Дополнительные обязанности продавцов и фасовщиц:

1. знание устройства и эксплуатации электрических весов;
2. знание и соблюдение правил обслуживания покупателей;
3. знание и соблюдение правил и норм фасовки товара.

У операторов и грузчиков дополнительных обязанностей нет.

(Должностные инструкции продавцов-кассиров представлены в Приложение 2,3)

3.Общая характеристика магазина ООО "Развитие"

1. Характеристика торгового предприятия ООО "Развитие"

Торговая сеть ООО "Развитие" является крупной розничной сетью г.Крымска.Его доля на рынке продуктовых торговых сетей на сегодняшний день составляет 40 %.

Магазин ООО "Развитие" расположен в районе города Арзамаса по адресу ул. Авиационная. Здание располагается в непосредственной близости от остановочных пунктов общественного транспорта, что обеспечивает высокую проходимость. Имеется парковка для автомобилей. Магазин начинает работу в 8:00 и закрывается в 22:00, без перерыва на обед и выходных.

Учредительными документами ООО "Развитие" являются учредительный договор, подписанный учредителями, и утвержденный ими устав. В уставе отмечен размер начального капитала, указываются вид и сфера деятельности сети, установлена форма управления торговой сетью, указываются адреса и названия магазинов.

Согласно уставу магазин обозначен в качестве филиала ООО "Развитие" а следовательно, осуществляет часть функций общества и наделен имуществом, создавшим его юридическим лицом. Поэтому магазин действует не на основании Устава, а на основании положений, утвержденных ООО "Развитие" ". Руководитель магазина ООО "Развитие" назначен генеральным директором поэтому он осуществляет свою деятельность на основании его доверенности. Полное название магазина (в соответствии с учредительными документами): Магазин ООО "Развитие" Месторасположение (в соответствии с учредительными документами)

Деятельность магазина ООО "Развитие" соответствует требованиям СП 2.3.6.1.66-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов», что подтверждает выданное санитарно-эпидемиологическое заключение. Розничная продажа алкогольной продукции осуществляется на основании лицензии, выданной министерством сельского хозяйства .

По виду торгового предприятия магазин ООО "Развитие" " является стационарным, так как расположен в специально оборудованном помещении, предназначенном для продажи товаров и оказания услуг покупателям.

Типизация магазина ООО "Развитие" включает наличие следующих показателей:

-торговая площадь-400 кв.м;

-товарный ассортимент- более13000 наименований;

-применение фирменных упаковочных материалов;

-наличие у обслуживающего персонала фирменной одежды с эмблемой ООО "Развитие"

Магазин осуществляет торговлю по форме самообслуживания один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазина, увеличить объем реализации товаров при минимальных затратах

4.Изучение основных технико-экономических показателей деятельности предприятия.

Так как данные бухгалтерской отчетности за прошедший период в ООО "Развитие" являются коммерческой тайной, проведем расчет экономических показателей на основании примерных данных

(исходя из того, что в 2018 году среднедневная выручка составила 257 000 рублей,

средний размер торговой наценки составляет 22%,

издержки обращения включают в себя расходы на оплату труда 15 работников со средней заработной платой 15 000 рублей, отчисления в страховые фонды (30,2%от ФОТ), аренда помещения-100000 рублей в месяц, коммунальные платежи в среднем 20000 рублей в месяц, естественная убыль (1% от ТО), ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ-10 000 рублей в месяц, амортизация ОС, прочие общехозяйственные расходы) Техничко-экономические показатели деятельности м-на «Пятерочка» будут примерно следующие:

Показатели

2018 г,

	Тыс. руб.
Товарооборот, тыс. руб.(ТО)	94562
Затраты на закупку товаров, тыс. руб.	76015
Валовый доход руб.	18548
Издержки обращения (ИО), руб.	5002
Прибыль(П)	посчитать

5.Расчет и анализ показателей экономической эффективности

Анализ динамики основных показателей деятельности.

Таблица 1 - Экономическая эффективность работы

Показатели	2017 г, Тыс. руб.	2018 г, Тыс. руб.	Соотношен ие 2018 к 2017, тыс. руб	Соотношение 2018 к 2017, %
Товарооборот, тыс. руб. (ТО)	92711	94562	посчитать	посчитать
Затраты на закупку товаров, тыс. руб.	73313	76015	посчитать	посчитать
Валовый доход руб.	19398	18548	посчитать	посчитать
Издержки обращения (ИО), руб.	4658	5002	посчитать	посчитать
Прибыль(П)	посчитат ь	посчита ть	посчитать	посчитать
Уровень рентабельности товарооборота, %(П/ТО*100)	посчитат ь	посчита ть	посчитать	посчитать
Уровень издержек обращения, % (ИО/ТО*100)	посчитат ь	посчита ть	посчитать	посчитать

Данные таблицы 1 позволяют сделать вывод, что торговая деятельность изучаемого

торгового предприятия является прибыльной и рентабельным

7. Оценка эффективности используемых методов определения потребности в товарах

Отправной точкой в закупочной деятельности является определение потребности в том или ином товаре (материального ресурса или готовой продукции).

Данные, предоставляемые непосредственными потребителями закупаемой продукции — материального ресурса или готовой продукции (т.е. отделом производства промышленной компании или службой продаж торгового предприятия), — в сочетании с эффективной системой учета расхода материального ресурса или объемов продаж обеспечивают необходимую информацию для определения объемов закупки. Они дают представление о расходовании материалов в производстве или о фактическом рыночном спросе на товарную продукцию.

Определение потребности на основе фактического расхода (спроса) продукции основано на использовании ряда методов прогнозирования. В ООО "Развитие" применяется нормативный метод. При использовании нормативного подхода приходится учитывать большое число факторов, определяющих надежность исходной техники, особенности технологического процесса ее обслуживания и ремонта, условия и режимы эксплуатации и многое другое.

В процессе планирования закупок в магазине ООО "Развитие" необходимо определить:

- какие товары требуются;
- количество товаров, ;
- время, когда они понадобятся;
- возможности поставщиков, у которых могут быть куплены товары;
- требуемые площади ваших складских помещений;
- издержки на закупки.

8. Участие в проведении рекламных акций и компаний

ООО "Развитие" использует различные виды и типы рекламы, например, для большей привлекательности магазина и для придания ему отличительных элементов внешняя сторона магазина оформлена красочными плакатами с изображенными на них товарами, название магазина написано ярко красным цветом на белом фоне, что является фирменным стилем всех магазинов торговой сети

Основная задача интерьера магазина – обеспечить показ товаров, удобство приобретения их покупателями, комфортность работы обслуживающего персонала. Этому соответствуют все элементы интерьера:

- цвета отделочных материалов для стен, пола и потолка соответствуют архитектурным элементам интерьера и не отвлекают внимание покупателей от выложенных товаров;

- правильно подобранное и расположенное оборудование;

- нужное освещение для более выигрышного представления товара на витрине;

- аккуратно и красиво выложенный товар на витрине;

- рекламно-информационные материалы о некоторых видах товаров и о магазине.

Также в оформлении магазина широко используются средства «немой» справки – указатели. На них указана информация о расположении групп товаров, об основных свойствах товаров – новинок, о размещении контрольно-кассовых узлов и т.д. Указатели выполняют обычно в виде надписей или при помощи соответствующих изображений.

В процессе купли-продажи велика роль устной рекламы, исходящей от продавца. Ее цель – добиваться, чтобы покупатель не потерял интерес к товару. Совет продавца зачастую является решающим фактором покупки товара.

ООО "Развитие" регулярно организует различные рекламные акции, недели скидок на определенные товары. проведение беспроигрышных и бесплатных лотерей, проведение

дегустаций, распродажи, владельцам карты постоянного покупателя предлагается до 200 новых наименований ассортимента каждые две недели по специальной цене со скидкой до 40%, рекламные акции с подарками. Например, при покупке двух единиц товара, третью он получает в подарок, или конкретно при приобретении определенного продукта ему гарантирован подарок.

9. Анализ маркетинговой среды ООО "Развитие"

Маркетинговая микросреда

Поставщики	Сейчас около 75% товаров, реализуемых через торговую сеть "ООО "Развитие" это товары российского производства. Компания работает с 500 поставщиками	
Посредники	В оборудование и модернизацию помещений были вложены деньги компании "Агроторг". Страховые организации, банки.	
Конкуренты	Сеть магазинов «Магнит».	
Потребители	Все категории населения со средним и ниже среднего доходом.	
Контактная аудитория	Городская пресса, радио, интернет. Гос. Учреждения: налоговая, роспотребнадзор, общество по защите прав потребителя, РАР, СЭС	

Маркетинговая макросреда

Экономические факторы	Курс валют, уровень цен и сбережений на рынке, уровень дохода населения, стоимость получения кредита	
Демографические факторы	Положительно влияют рост численности населения и миграции.	
Политико-правовые факторы	Законы и положения регулирующие бизнес, сертификация, стандартизация	

Научно-технические факторы	Введение в продажу новой продукции, нового оборудования
Культурные факторы	Стиль, мода, традиции

10. Изучение основных поставщиков товаров, предлагаемый ассортимент, долю в общем объеме поставок, критерии выбора поставщиков

Закупочная работа магазина ООО "Развитие" существенно влияет на торговую деятельность и как следствие отражается на финансовых показателях данного предприятия.

Проведению закупочной работы магазина ООО "Развитие" предшествуют:

- изучение покупательского спроса;
- определение потребности в товарах;
- выявление источников поступления товаров и выбор поставщиков;
- установление хозяйственных связей с поставщиками.

Изучение и прогнозирование покупательского спроса проводится отделом снабжения ООО «Торговая сеть 5Пятерочка» при анализе показателей товарооборота, товарных запасов и товарооборачиваемости. При этом не только рассчитывается объем подлежащих закупке товаров, но и уточняется их ассортимент.

Основными поставщиками магазина «Пятерочка» являются:

1. ООО «Новомышастовская птицефабрика_»
2. ООО «Ставропольская птицефабрика»
3. ООО «Крымский Хлебозавод»
4. ООО «Ахтырский хлебозавод»
5. ООО «Тимашевский молочный комбинат»
6. ООО «Сочинский мясокомбинат»
- 7.....(можете дописать свои)

11. Критерии выбора поставщиков

Следующим элементом работы по закупке товаров является выявление источников их поступления и выбор поставщиков. Для этого отдел снабжения владеет информацией о местных промышленных и сельскохозяйственных предприятиях (поставщиках – изготовителях) и производимых ими товара (ассортименте, качестве, упаковке, ценах.)

При выборе поставщиков-изготовителей важную роль играет то, какие товары они производят и продают в настоящее время, но и их возможности по усовершенствованию. А также выпуску новых товаров.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми проводится работа по заключению договорных отношений. Конкретные поставщики магазина ООО "Развитие" отдельной группы товаров приведены в таблице 2

-Поставщики мороженого мяса птицы магазина ООО "Развитие"

Наименование поставщика, организационно-правовая форма	Вид поставляемой продукции	Форма договорных отношений
1	2	3
1. ООО «_Новомышастовская птицефабрика_»	Мясо кур мороженое, мясо кур охлажденное, цыплята-бройлеры, филе куриное	Договор поставки
2. ООО «__Ставропольская птицефабрика»	Мясо кур мороженое, наборы для бульона, цыплята-бройлеры, окорок куриный	Договор купли-продажи

Как видно из данных таблицы, магазин «5Пятерочка» ООО "Агроторг" сотрудничает напрямую с предприятиями-изготовителями, ЛИБО БОЛЬШИМИ ОПТОВЫМИ БАЗАМИ, БЕЗ УЧАСТИЯ ДРУГИХ, КОММЕРЧЕСКИХ ПОСРЕДНИКОВ, ЧТО СНИЖАЕТ УРОВЕНЬ ИЗДЕЖЕК ОБРАЩЕНИЯ Я ВЛЯЕТСЯ НАИБОЛЕЕ РАЦИОНАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИ ЦЕЛЕСООБРАЗНОЙ ФОРМОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ.

12 Состояние договорной работы, анализ содержания одного из договоров

Хозяйственные связи в ООО "Развитие" по договору поставки подразделяются на прямые и сложные. При прямых связях договор заключается непосредственно между изготовителем товара и его потребителем. При сложных связях между производителем и потребителем возникает посредник, например, оптовые торговые предприятия.

Выбор структуры договорных связей (прямые или через посредника) определяется участниками договора, исходя из экономической целесообразности. В условиях рыночной экономики, как правило, потребитель отдает предпочтение установлению прямых связей с изготовителем-поставщиком. Такие договоры обеспечивают возможность предъявить к изготовителю конкретные требования, например, к качеству поставляемого товара, порядку доставки и т.п. Заключение договора с посреднической организацией обычно связано с выполнением для потребителя определенных услуг, например, комплектованием товара, подготовкой к употреблению и т.п.

При заключении договора в магазине ООО "Агроторг" поставки стороны применяют письменную форму. При прямых связях практикуется заключение договора поставки или составление одного документа, или обмен телеграммами, телетайпами и т. п., в которых обязательно согласовываются существенные условия поставки. Возможно оформление договорных отношений по поставке путем принятия поставщиком к исполнению заказа покупателя.

13. Составление договора поставки товара

Один из договоров поставки ООО "Развитие" приведен в Приложении 5 к данному отчету.

14. Работа по формированию ассортимента

Магазин ООО "Развитие" предлагает покупателю большой ассортимент товаров- около 13 тысяч наименований, включающий в себя продовольственные и непродовольственные товары. Из них 12 %- бакалейные товары и напитки, 31%-замороженные и молочные продукты, 13% - овощи и фрукты, 18%- гастрономические продукты, 10%-мясопродукты.

В основу построения ассортимента магазина положено рациональное соотношение отдельных групп товаров, учитывающее следующие принципы:

- обеспечение в магазине достаточной полноты товаров частого спроса, простого ассортимента, незаменимых и трудно-заменяемых в потреблении и спросе;
- обеспечение достаточной широты видов товаров по каждой группе и подгруппе товаров;
- установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.
- установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.

Численность ассортиментных позиций в данном магазине распределяется между продовольственными и непродовольственными товарами в процентном соотношении как 66:34. Ассортимент продовольственных товаров расширяется в основном за счет овощей, фруктов, а также замороженных продуктов. Основные направления в области формирования ассортимента магазина «5Пятерочка» - это сокращение и расширение ассортимента, а так же его обновление и совершенствование.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что по широте охвата товаров, реализуемых в магазине « 5Пятерочка», ассортимент является сложным и развернутым.

15. Ознакомление с ассортиментом продукции, анализ его структуры, оценка полноты и устойчивости

АССОРТИМЕНТНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

продовольственных товаров магазина "Пятерочка" ООО "Агроторг" на 2019г.

Ассортимент товара	Количество наименований
--------------------	-------------------------

1. Колбасные изделия 7

2. Консервы мясные, молочные, рыбные 7

3. Масло растительное 8

4. Сахар 1

5. Кондитерские изделия 6

6. Консервы фруктовые 4

7. Консервы овощные 4
8. Соль, в т.ч. йодированная 2
9. Чай 10
10. Кофе, кофейные напитки 5
11. Макароны изделия 10
12. Соки, напитки в ассортименте 5
13. Прочие продовольствия (включая морепродукты) 6
14. Мясо, птица 2
15. Масло животное 3
16. Маргарин 2
17. Сыр 4
18. Яйцо, яичный порошок 3
19. Рыба 3
20. Мука 2
21. Крупа 4
22. Детское питание 2
23. Овощи, фрукты 10
24. Пиво 20
25. Алкогольная продукция 30

Структуру ассортимента рассмотрим на примере мороженого мяса птицы:

- Гуси 15%
- Цыплята 5%
- Бройлеры цыплята 35%
- Куры 35%

Наибольший удельный вес в ассортименте предлагаемой продукции занимает мясо цыплят-бройлеров и кур, что объясняется экономическими выгодами магазина «5Пятерочка», так как наличие данных видов птицы пользуются наибольшим спросом у покупателей. Соответственно возрастает и показатель прибыльности магазина. Наименьший удельный вес имеет мясо уток, которое пользуется редким спросом. Таким образом, причиной сокращения ассортимента послужила низкая прибыльность при реализации данных видов птицы.

Проведем анализ рациональности ассортимента мяса птицы путем расчета его показателей, а именно: широта, полнота, степень новизны и устойчивость. За базовые показатели принимаем стандарты и ТУ в разделах «Классификация и ассортимент», «Виды», а также каталоги и прейскуранты фирм-изготовителей, являющихся поставщиками магазина «5Пятерочки». Расчет показателей приведен в таблице 1.

Свойства	Показатели	Расчетная формула	Расчет показателей	результат
----------	------------	-------------------	--------------------	-----------

1	2	3	4	5
Широта	Действительный (Шд)=5 Базовый (Шб)=11	Коэффициент Широты: $K_{ш} = \frac{Шд}{Шб} \cdot 100, \%$	$\frac{5}{11} \cdot 100$ 45,0%	
Полнота	Действительный (Пд)=8 Базовый (Пб)=33	Коэффициент Полноты: $K_{п} = \frac{Пд}{Пб} \cdot 100, \%$	$\frac{8}{33} \cdot 100$ 24,0%	
Устойчивость	Показатель устойчивости (У)=4	Коэффиц. Устойчивости $K_{у} = \frac{У}{Шб} \cdot 100$	$\frac{4}{11} \cdot 100$ 36,6%	
Новизна	(Н)=1	Коэффициент обновления	$\frac{1}{5} \cdot 100$ 20,0%	

Исходя из таблицы 6, следует, что широта ассортимента составляет 45%, что свидетельствует о невысокой интенсивности насыщения магазина другими видами товаров. Однако при высокой широте ассортимента потребители затрудняются выбрать нужный товар, поэтому магазину «5Пятерочка» целесообразно довести данный показатель до 50% путем включения в ассортиментный перечень продукцию тех же наименований, но от других поставщиков, возможно по импорту.

Полнота ассортимента составляет 24%, что говорит о малой насыщенности рынка.

Однако, как уже отмечалось, это является следствием малого спроса на отдельные виды мяса птицы.

Поэтому для данной ситуации показатель полноты ассортимента можно считать рациональным. Коэффициент устойчивости равен 36%, а, следовательно, четыре наименования из возможных одиннадцати пользуются устойчивым спросом. Коэффициент новизны составляет 20% за счет введения в ассортиментный перечень такой продукции как мясо уток. Данный показатель является достаточным.

16. Определение размера товарных запасов

Для определения количества товаров используется программа «Автозаказ»:

Автозаказ - решение для торговых сетей, дистрибьюторов и производственных компаний. Система позволяет существенно снизить издержки компаний в процессах планирования и распределения товаров за счет идеального баланса между минимизацией среднесуточных остатков и обеспечением постоянного присутствия товара на полках.

Программные средства на платформе Автозаказ позволяют целенаправленно решать следующие группы задач:

качественное прогнозирование продаж;

контроль доступности товаров и оперативное обнаружение пересортицы;

прогноз поступления денежных средств;

оценка и анализ эффективности промо-акций, распродаж и других воздействий на спрос.

Программные решения на платформе «Автозаказ» включают в себя следующие

компоненты:

планирование и оптимизация закупок;

контроль доступности товаров на полках;

оценка эффективности промо-акций и других воздействий на спрос;

оптимизация объемов страховых запасов.

Таким образом, с использованием «Автозаказа» управление товарными запасами оптимизировано, оборачиваемость улучшается, а дефицит товаров сокращается.

17. Оценка качества товаров в магазине ООО "Развитие"

Вид работ: Установить градацию качества на сметаны.

Наименование, производитель	Требования к качеству	Продолжительность хранения
1.«Простоква шино» ОАО «Юнимилк»	ГОСТ 52092-2003	5 суток
2.«Пестравка» ООО Маслозавод «Пестравский»	ГОСТ 52092-2003	5 суток
3.«Домик в деревне» ОАО «Вимм-Билль-Дамм»	ГОСТ 52092-2003	5 суток
4.«Вкуснотеево» ЗАО «Молвест»	ГОСТ 52092-2003	5 суток

Заключение: Установили градацию качества на сметаны

Вид работ: Установить градацию качества на хлеба.

Наименование, производитель	Требования к качеству	Продолжительность хранения
1.«Отрубной» ООО «Крымский хлебозавод»	ГОСТ 27842-88	5 суток
2.«Новый» ООО «Крымский хлебозавод»	ГОСТ 27842-88	5 суток

3.«Нива»

ОАО «Ахтырский хлеб завод» ГОСТ 27842-88 5 суток

4.«Морской»

ООО «Геленджикский хлебозавод» ГОСТ 27842-88 5 суток

Заключение: Установили градацию качества на хлеб.

!!!!!!!сделайте так же на любой товар (у всех должен быть разный)!!!

18.Контроль режимов и сроков хранения на предприятии

№1 Вид работ: Проверка соблюдения установленных условий хранения кефира

Цель: оценить условия хранения кефира в соответствии с государственным стандартом ГОСТ Р 52093-2003

Наименование	Производитель	Срок годности	Условия хранения	Соответствие ГО
1. «Пестровка»	ООО Маслозавод «Пестровский»	10 суток	4±2 °С	ГОСТ Р 52093-2003
2. «ВЮ Баланс»	ООО «Юнимилк»	10 суток	4±2 °С	ГОСТ Р 52093-2003
3.«Простоквашино»	ОАО «Юнимилк»	10 суток	4±2 °С	ГОСТ Р 52093-2003

Заключение: в результате проведенного исследования все три образца имеют одинаковые условия хранения и соответствуют ГОСТ Р 52093-2003.

№3 Оценка качества сахара

Цель данного исследования – проведение оценки качества трех видов сахара в соответствии со стандартом качества ГОСТ 21-94.

№ п/п	Наименование	Производитель	Дата изготовления	Срок годности	Соответствие ГОСТ
1	«Русский сахар»	ЗАО «Мечта»	12.02.2019 г.	Не ограничен	ГОСТ 21-94
2	« Сахара»	ООО «_Каневской сахарный завод »	21.12.2018 г.	Не ограничен	ГОСТ 21-94

Заключение: по всем показателям три вида сахара соответствуют ГОСТ 2194

.Соблюдение санитарно – эпидемиологических требований к товару, упаковке, условиям и срокам хранения

Вид работ: Ознакомление с **санитарно – эпидемиологических требований к товару, упаковке, условиям и срокам хранения:**

1. Требования к размещению организаций торговли.

4. Требования к приему и хранению товара.

5. Требования к реализации товара.

6. Требования к содержанию помещений и

Работники магазина обязаны требовать наличие сопроводительных документов. Для хранения продовольственных товаров в магазине должен быть необходимый набор кладовых в соответствии с профилем магазина. Продукты должны располагаться на высоте не менее 15 см от пола. Должен соблюдать температурно-влажностный режим.

К отпуску покупателям допускаются только доброкачественные пищевые продукты. Продукты случайно упавшие на пол или загрязнённые иным путём, считаются санитарным браком и не допускаются к продаже покупателям.

Все помещения и оборудование, должны содержаться в чистоте, для этого должна

оборудования.

производится ежедневная тщательная их уборка. Один раз в неделю должна проводиться углубленная уборка, а один раз в месяц должен назначаться санитарный день.

7. Мероприятия по борьбе с насекомыми и грызунами.

При выполнении дезинсекционных работ любым инсектицидом пищевые продукты должны выноситься из помещений. При обнаружении грызунов или тараканов следует обращаться в специальные организации для проведения соответствующих мероприятий.

8. Личная гигиена персонала.

Все работники магазина обязаны:
1) Приходить на работу в опрятной одежде и обуви. 2) Вымыть руки, одеть специализированную одежду, подобрать волосы, одеть шапочку. 3) соблюдать чистоту рук, лица, тела, одежды.

9. Требования к соблюдению санитарных правил.

Санитарные правила должны быть доведены до сведения всех работников магазина и безоговорочно выполняться.

Вид работ: Провести оценку соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к упаковке, условиям хранения и срокам хранения батона.

<i>Наименование</i>	<i>Производитель</i>	<i>Условия и сроки хранения</i>	<i>Соответствие СанПиН 2.3.5.021-94</i>
1. _____ батон _____	_____ ООО "Крымский хлебозавод"	Температура: 20-25°C Влажность воздуха: 75% Срок хранения - 36 часов.	Соответствует
2. <u>Батон</u> _____	_____ ООО "Ахтырский хлебозавод"»	Температура: 20-25°C Влажность воздуха: 75% Срок хранения — 36 часов.	Соответствует

Заключение: При проведении анализа соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к упаковке, условиям хранения и срокам хранения батона, выявлено, что все образцы соответствуют требованиям САНПиНа.

вид работ: Провести анализ соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к упаковке, условиям хранения и срокам хранения творога.

<i>Наименование</i>	<i>Производитель</i>	<i>Условия и сроки хранения</i>	<i>Соответствие СанПиН 2.3.5.021-94</i>
1. _____ творог _____ »	_____ "Абинский молочный завод" _____	Температура: от 0 до 6°C Срок хранения- 7 дней	Соответствует
2. _____ творог _____ _____	"Тимашевский молочный комбинат"	Температура: от 0 до 6°C Срок хранения- 7 дней	Соответствует

Заключение: При проведении анализа соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к упаковке, условиям хранения и срокам хранения творога, выявлено, что все образцы соответствуют требованиям СанПиНа.

19. Определение вида и количества оборудования на предприятии

Торговое оборудование предназначено для размещения и выкладки товаров в торговом зале, показа и отпуска их покупателям, а в подсобных и складских помещениях магазина - для приемки, хранения подготовки товара к продаже.

В оборудование торгового зала входят прилавки, шкафы, пристенные и островные горки, стенды. К оборудованию складских и подсобных помещений относятся стеллажи, подтоварники.

К холодильному оборудованию магазина относятся:

-пристроенные охлажденные стеллажи и витрины со встроенным компрессором компании ARNEG (t°-0°C/+5°C);

-морозильные лари и холодильные шкафы ITALFROST (t°-16°C/+0°C);

-холодильный шкаф Klimasan (t°-0°C/+13°C);

-холодильные шкафы Liebnerr(t°-0°C/+14°C);

Холодильные шкафы, морозильные лари, охлажденные стеллажи и витрины предназначены для хранения продуктов и напитков, а также демонстрации их покупателям.

Также в «Пятерочке+» есть электрогриль SIKOM Grill Technics и контрольно-кассовые машины компании IBM- счетно-суммирующие, вычислительные и чекопечатающие устройства, предназначенные для денежных расчетов с покупателями.

20. Эксплуатация весоизмерительного оборудования, соблюдение правил охраны труда на предприятии

В магазине ООО "Агроторг" "Пятерочка" используются электронные весы. Электронные весы предназначены для взвешивания заранее расфасованных или продаваемых поштучно

продовольственных товаров. Особенно они удобны для взвешивания штучных товаров «некруглого» веса – птицы, рыбы, отдельных кусков мяса, батончиков колбасы, кочанов капусты, арбузов, дынь и т.п.

Разновидностью электронных весорегистрирующих комплексов является торговый чекопечатающий комплекс 9026ВН-3Д23, в состав которого входят весы настольные 9026ВН-3Д13 и устройство регистрирующее РУ-3. Эти весы предназначены для определения массы и стоимости товаров при их фасовании или продаже. Устанавливают весы в горизонтальном положении на прочной, невибрирующей поверхности. На весы не должны попадать прямые воздушные потоки от работающих вентиляторов. Температура в помещении должна быть от 10 до 40°С, относительная влажность не более 80%. Подготовка к работе заключается в следующем. Устанавливают весы с помощью винтовых ножек по уровню. Подключают весы к электросети, включают тумблер «Сеть», нажимают кнопку «Тара» и убеждаются в наличии нулевых показателей массы. Снова нажимают кнопку «Тара». Перед взвешиванием устанавливают цену, начиная со старшего разряда. Помещают груз и отсчитывают массу и стоимость. При взвешивании груза в таре предварительно компенсируют массу тары. На табло должны быть нули. При снятии с грузоприемной площадки тары на табло массы высвечивается значение ее массы со знаком минус. Перед взвешиванием каждого нового товара необходимо нажимать кнопку «С» («Сброс») и устанавливать новую цену. В конце смены необходимо выключить весы тумблером «Сеть» и вынуть вилку из розетки.

Охрана труда:

Охрана труда - система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия. При несоблюдении правил и рекомендаций по охране труда к работникам применяют дисциплинарные, административные взыскания, за серьезные нарушения применяется уголовная ответственность.

Мероприятия по охране труда в «Пятерочке», проводимые для сотрудников:

1. вводный инструктаж
2. инструктаж по пожарной безопасности
3. инструктаж на рабочих местах
4. инструктаж по электробезопасности

Режим работы магазина с 09:00 до 22:00, без перерыва на обед и выходных. В магазине работает 23 человека. График выхода на работу продавцов - кассиров 2/2 дня. Работникам предоставляется отпуск на 14 календарных дней два раза в год.

Для работников в подсобном помещении организовано место под гардероб и небольшую кухню. Сотрудники проходят подготовку и повышение квалификации.

21. Эксплуатация контрольно-кассового оборудования

Места, где устанавливаются ККМ, должны быть оборудованы в соответствии с требованиями эксплуатационной документации и действующими нормативами. Включать ККМ следует только через розетку с заземлением.

Подготовка кассовых машин к работе

1. Ввод в эксплуатацию новых ККМ производит механик из организации, осуществляющей гарантийное и техническое обслуживание и ремонт данного типа машин. При вводе в эксплуатацию электронных ККМ и кассовых терминалов необходимо присутствие программиста-электроника. Специалист должен иметь удостоверение на право технического обслуживания и ремонта машин данного типа .

2. Специалист по ремонту кассовых машин после опробования машины в работе оформляет передачу ее в эксплуатацию, заполняя все данные в заводском паспорте. Он обязан опломбировать машину после установки фирменного клише..

3. До включения кассовых машин в действие замок должен быть ; закрыт, а ключ (кроме ключей для перевода секционных денежных счетчиков на нули) хранится у директора торгового предприятия. Ключи для перевода денежных счетчиков на нули передаются директором контролирующей организации - налоговой инспекции.

4. На кассовую машину администрация торгового предприятия заводит Книгу кассира-операциониста по форме № 24, которая должна быть прошнурована и скреплена подписями налогового инспектора, директора и главного (старшего) бухгалтера предприятия и печатью. Однако Книга кассира-операциониста не заменяет кассового отчета (форма № 25).

5. При установке кассовых машин на прилавках магазинов Книга кассира-операциониста ведется по сокращенной форме № 24-а.

6. Допускается ведение общей Книги на все машины. В таком случае записи должны производиться в порядке нумерации всех касс (№ 1, 2, 3 и т.д.) с указанием в числителе заводского номера кассовой машины; показатели счетчиков недействующих кассовых машин.

7. Паспорт кассовой .машины, Книга кассира-операциониста, акты и другие документы хранятся у директора предприятия, его заместителя или главного (старшего) бухгалтера.

8. Перед началом работы на кассовой машине кассир получает у директора магазина или старшего кассира все необходимое для работы (ключи, разменную монету и купюры денег в количестве, необходимом для расчетов с покупателями, принадлежности для работы и обслуживания машины) под подпись.

Директор торгового предприятия либо его заместитель обязан:

* открыть замок привода и счетчиков машин и вместе с кассиром снять показания (получить отчетную ведомость) секционных и контрольных счетчиков и сверить их с показаниями, записанными в Книгу кассира-операциониста за предыдущий день;

* убедиться в совпадении показаний и занести их в Книгу за текущий день на начало работы и заверить своей подписью;

* оформить начало контрольной ленты, указав на ней тип и заводской номер машины, дату и время начала работы, показания секционных и контрольных счетчиков заверить подписью и закрыть замок показаний денежных счетчиков;

* выдать кассирам ключи от замка привода машины;

* обеспечить кассира разменной монетой и купюрами денег в пределах размера остатка денежных средств по кассе в количестве, не

обходимом для расчета с покупателями, а также чековыми лентами соответствующего цвета и размера;

Кассир обязан:

* проверить исправность блокирующих устройств, заправить чековую и контрольную ленты;

* включить машину в электросеть и получением нулевого чека проверить ее работу от электропривода;

* напечатать два-три чека без обозначения суммы (нулевых) с целью проверки четкости печатания реквизитов на чековой и контрольной лентах и правильность установки дататора и нумератора;

* нулевые чеки приложить в конце дня к кассовому отчету;

* протереть кожух тряпкой и установить со стороны покупателя табличку со своей фамилией.

Перед началом эксплуатации ККМ проводится программирование необходимых параметров машины (данных клише, разрядности вводимых сумм, числа и идентификаторов работающих секций и др.).

Если ККМ не переводится в режим «Регистрация», кассир должен выяснить причину и устранить ее. Если все попытки по устранению неисправности не перевели ККМ в рабочее положение, следует доложить об этом администрации организации. После устранения неполадок в ККМ администратор в присутствии кассира выводит на печать X-отчет в начале работы или Z-отчет в конце работы. Кассир и администратор подписывают только что полученный X-отчет и приступают к оформлению начала контрольной ленты (число, время начала работы, тип и номер ККМ).

22.Выполнение технологических операций по подготовке товара к продаже, их выкладке и реализации

В торговый зал магазина товары должны поступать полностью подготовленными к продаже. Подготовка товаров к продаже включает ряд операций по доведению товаров до полной готовности для продажи покупателям. Характер и объём этих операций определяются свойствами товара, степенью его готовности к продаже, методами продажи товаров.

Операции по подготовке товаров к продаже подразделяют на общие и специальные.

К общим для всех товаров подготовительным операциям относят: распаковку, сортировку, проверку правильности маркировки, придание товарного вида (облагораживание), перемещение в торговый зал, к местам размещения товаров.

Распаковка - это освобождение товаров от внешней транспортной тары, оберточных и увязочных материалов.

Сортировка - предусматривает группировку товаров по ассортиментным признакам: размерам, фасонам, сортам, ценам.

Облагораживание товаров предполагает очистку их от пыли, загрязнений, утюжку, удаление заводской смазки, устранение мелких дефектов и т. п.

Маркировка включает прикрепление к товарам ярлыков с указанием наименования товара, его артикула, сорта, размера, цены.

Выкладывают товар в магазине «Пятерочка по след. Принципам:

- товар должен размещаться так, чтобы каждый предмет был отчётливо виден;
 - новые товары выставляются на самых видных местах;
 - полки и стеллажи не должны перегружаться товарами;
 - товары должны легко доставаться с полки или витрины;
 - товары массового спроса должны всегда выкладываться на одном и том же месте;
 - при выкладке товара нужно использовать приёмы дизайна и художественного оформления;
 - не рекомендуется выкладывание разнотипных товаров один на один, в стопку и т. п.;
- для удобства пользования и во избежание порчи товаров следует избегать излишне большого количества товаров на полках и витринах;
- товар должен выкладываться этикеткой в сторону покупателя.

Основные принципы выкладки товара в нашем магазине:

Учитывается психология смотрящего на товары человека (взгляд движется как при чтении- слева направо, сверху вниз)

Движение основного потока покупателей против часовой стрелки, в рамках "золотого треугольника" (касса, хлеб, охлажденные товары -молоко, колбаса и т.п.)

Правило вытянутой руки - лучшие товары на полках на уровне взгляда, где их легко увидеть достать без лишних усилий

Сопутствующие товары (пиво-чипсы) размещают вместе, несовместимые (бытовая химия - продукты питания) отдельно.

Классические правила выкладки - наличие ценников, чистота и прочее.

23.Ознакомление с методами продажи товаров и видами дополнительных услуг

Так как магазин "Пятерочка" является супермаркетом, здесь используется метод продажи- самообслуживание. Этот метод на сегодняшний день является одним из самых прогрессивных и предусматривает, что выбор и отбор товар покупатель производит сам, расчет за покупку производится в едином расчетно-кассовом узле. В выборе товара покупателю может помочь продавец-консультант. Консультация - является бесплатной дополнительной услугой магазина "Пятерочка". Так же в магазине "Пятерочка" предоставляются и такие дополнительные услуги, как комплектование праздничных наборов из имеющихся товаров; продажа периодических изданий, консультации покупателей.

24.Средства рекламы и методы стимулирующие продажи товаров.

Вид работ : Изучить средства рекламы и информации магазина

Информационное обеспечение магазина «Пятерочка» включает в себя:

- внешний вид;
-

- оформление витрины;
- внутреннее оформление магазина;
- планировка магазина;
- использование указателей товаров;
- поведение торгового персонала;
- виды товаров и их раскладка;
- уровень цен;

Внешняя информация магазина представлена на ярко красном фоне с фирменным логотипом. Которое является средством привлечения внимания конечных покупателей к определенным маркам или группам товаров в местах продаж без активного участия специального персонала. Красный цвет является самым привлекательным цветом.

Над входом магазина «5Пятерочка» расположена вывеска, прикрепленная на фасад здания. Название имеет Графический товарный знак. Имеются цвета желтый и белый. Эти яркие насыщенные тона привлекают к себе внимание намного быстрее, чем бледные. Эти сочетания цветов являются фирменным знаком магазина «5Пятерочка». Большую роль играет также наружное освещение магазина. В вечернее время суток вся территория освещается светом за счет световых коробов .

Информация на двери у входа висит в виде рекламы скидок и акций, новинок, также на дверях висит плакат с графиком работы магазина.

Внутренняя информация магазина «5Пятерочка». В магазине над кассой имеется жидкокристаллический телевизор над кассами.

Каждую неделю в магазине « проводят акции, скидки. Скидки есть также на специальных дисконтных картах в размере 3% на все товары. Реклама в газетах о распродажах выпускается каждую неделю и раздается бесплатно около универсама . Рекламы про магазин «5Пятерочка» мы можем увидеть на наших местных каналах и на рейтинговых каналах между передачами, развлекательными, информационными программами и фильмами. Информацию о скидках и акциях Торговых сетей «5Пятерочка» передают и по радио. Вообще самая динамичная и масштабная реклама на сегодняшний день является интернет, веб-сайт магазина «5Пятерочка» в интернете размещена вся информация: адрес, акции, скидк и т.