

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)
по профессиональному модулю
ПМ 01 Управление ассортиментом товаров

программы подготовки специалистов среднего звена
**38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров**

период с «19» декабря по «24» декабря 2022 года

Студент группы С-ТВ-21-1 _____ *подпись* Котельникова А. М.

Наименование предприятия: ООО ЦЕНТРОПТТОРГ «Реми»

Руководитель практики от предприятия _____ *подпись* Волкова Н. Г.

Отчет защищен:

с оценкой

Руководитель практики от ВВГУ _____ *подпись* Худякова С.К.

Владивосток 2022

Индивидуальное задание по производственной (по профилю специальности) практике

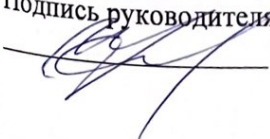
Студент(ка) Котельникова Арина Максимовна, обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров прошел(ла) производственную (по профилю специальности) практику в объеме 36 часов с «19» декабря 2022 г. по «24» декабря 2022 г. в организации ООО «ЦЕНТРОПТТОРГ» Приморский край, г. Владивосток, Деревенская ул., д. 14, офис 36.

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Инструктаж по технике безопасности	1
2	Изучить характеристику предприятия	3
3	Провести анализ ассортиментной политики торговой организации: - дать характеристику ассортимента - построить структуры ассортимента - рассмотреть внутренние и внешние факторы влияющие на ассортиментную политику торгового предприятия	4
4	Провести идентификацию товаров (на примере конкретной ассортиментной группы) - указать ассортиментные признаки - рассмотреть факторы, влияющие на спрос товаров (на примере одной ассортиментной группы) - расшифровать значение товарных знаков (2-3 образца) на потребительских товарах, соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей. - расшифровать штриховые коды 2-3х образцов товаров. - проанализировать размещение и выкладку товаров (на примере конкретной ассортиментной группы) - изучить наличие сертификатов на поступившие товары	6
5	Принять участие в работе с поставщиками - изучить базу данных по поставщикам - провести рейтинговую оценку работы с поставщиками; - провести приемку товаров по качеству и количеству - изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров - оформить акты о несоответствии	6
6	Рассмотреть обеспечение товародвижения в складах и магазинах: - описать процесс оформления товаров на склад, учесть выявленные недостатки - описать технологический процесс товародвижения в магазине - принять участие в инвентаризации - оформить соответствующие документы	10
7	Подготовка и оформление отчета о практике	6
Итого		36

Дата «07» декабря 2022 г.

Подпись руководителя практики

 / Худякова С.К., преподаватель Академического колледжа

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики (по профилю специальности)

Студент Котельникова Арина Максимовна

Специальность 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Группа С-ТВ-21-1

Место прохождения практики ООО ЦЕНТРОПТТОРГ «Реми»

Сроки прохождения с «12.12.2022» по «17.12.2022»

Инструктаж на рабочем месте 12.12.2022г

В.Г.

Волкова Н. Г

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
19.12	Инструктаж по технике безопасности	5	<i>[Signature]</i>
19.12	Изучение характеристики предприятия..	5	<i>[Signature]</i>
20.12	Проведён анализ ассортиментной политики торговой организации.	5	<i>[Signature]</i>
21.12	Проведена идентификация товаров.	5	<i>[Signature]</i>
22.12	Принято участие в работе с поставщиками.	5	<i>[Signature]</i>
23.12-24.12	Рассмотрено обеспечение товародвижения в складах и магазинах.	5	<i>[Signature]</i>
19.12-24.12	Оформление отчёта практики	5	<i>[Signature]</i>
<i>последний день</i>	<i>Дифференцированный зачет</i>	5	<i>[Signature]</i>



[Signature]
подпись

Волкова Н. Г
Ф.И.О.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Котельникова Арина Максимовна,
 обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза
 качества потребительских товаров прошел(ла) производственную (по профилю
 специальности) практику в объеме 36 часов в период с «19» декабря 2022 г. по «24»
 декабря 2022 г.
 в организации ООО «ЦЕНТРОПТТОРГ» Приморский край, г. Владивосток, Деревенская
ул., д. 14, офис 36.

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

<i>Вид профессиональной деятельности</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Вид работ</i>	<i>Оценка качества выполненных работ</i>
	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	5
	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	4
	ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	4
	ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	4
	ОК 5	Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	5

	ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	5
	ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	4
	ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	4
	ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	5
Управление ассортиментом товаров	ПК 1.1	Выявлять потребность в товарах	5
	ПК 1.2	Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции	5
	ПК 1.3	Управлять товарными запасами и потоками	5
	ПК 1.4	Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров	5
Итоговая оценка по ПМ 01. Управление ассортиментом товаров			

Руководитель организации

М.П.



Волкова Н.Г

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики (по профилю специальности) студентки

Студент Котышкина Арина Максимовна С-ТВ-21
(ФИО студента) № курса/группы

проходил практику с 19 декабря 2022 г. по 24 декабря 2022 г.
на ООО ЦентрПротекст

в подразделении _____
название предприятия
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 6 дней, из них по уважительной причине отсутствовал _____ дней, пропуски без уважительной причины составили _____ дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

Отмечены нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности:

не было

Студент не справился со следующими видами работ:

За время прохождения практики показал, что

Фамилию Имя практиканта

что умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен/не способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя отлично

В рамках дальнейшего обучения и прохождения (указать вид) практики студенту можно порекомендовать: _____



Иванов И.И.
Должность представителя/куратора

подпись

[Handwritten Signature]

И.О. Фамилия

Иванов И.И.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Котельникова Арина Максимовна

Подразделение Академический колледж Группы С-ТВ-21-1

согласно приказу ректора № 10448-С от 14.12.2022 года

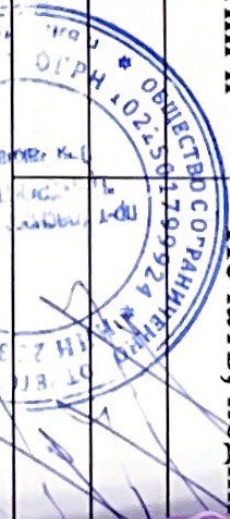
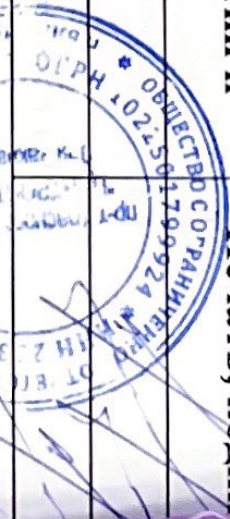
направляется в ООО "ЦЕНТРОПТТОРГ", г. Владивосток

для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по специальности 38.02.05 «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров» на срок 1 недели с 19.12.2022 года по 24.12.2022 года.

Руководитель практики Худякова О.К. Академический колледж



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибыли и убытки	Печать, подпись
ООО ЦЕНТРОПТТОРГ	19.12.2022	
ООО ЦЕНТРОПТТОРГ	24.12.2022.	



Содержание

Введение	3
1 Изучение характеристики предприятия	4
2 Анализ ассортиментной политики торговой организации	5
2.1 Характеристика ассортимента	5
2.2 Структура ассортимента	6
2.3 Внутренние и внешние факторы, влияющие на ассортиментную политику торгового предприятия	6
3 Идентификация товара	8
3.1 Факторы, влияющие на спрос товаров	8
3.2 Расшифровка товарных знаков на потребительских товарах, соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей	8
3.3 Расшифровка штрих – кодов	11
3.4 Размещение и выкладка товаров	12
3.5 Наличие сертификатов на поступившие товары	13
4 Работа с поставщиками	15
4.1 База данных по поставщикам	15
4.2 Рейтинговая оценка работы с поставщиками	16
4.3 Приемка товаров по качеству и количеству	17
4.4 Нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров	18
4.5 Оформление акта о несоответствии	19
5 Товародвижение в магазине	20
5.1 Процесс оформления товаров на склад	20
5.2 Технологический процесс товародвижения в магазине	21
5.3 Инвентаризация	23
5.4 Соответствующие документы	23
Заключение	25
Список используемых источников	26
Приложение А	27

Введение

Производственную практику проходила в организации ООО «ЦЕНТРОПТТОРГ» «Реми». Магазин находится по адресу Приморский край, г. Владивосток, проспект Красного Знамени, 59.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01 Управление ассортиментом товаров является формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта для освоения общих и профессиональных компетенций по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы товароведа в сфере торговли и общественного питания;
- изучение организационных процессов, связанных с товародвижением;
- освоение процессов работы по выявлению потребности в товарах предприятия торговли; приемки товаров; инвентаризации товаров;
- приобретение опыта работы по обеспечению товародвижения в складах и магазинах;
- развитие навыков работы с поставщиками; оформления документов по приемки товаров и актов списания товаров несоответствующего качества;
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе товароведа - эксперта;
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по учебной практике.

1 Изучение характеристики предприятия

Производственная практика проходила в организации ООО «ЦЕНТРОПТТОРГ», являющейся юридическим лицом магазина «Реми». Основные данные организации по данным ФНС и Росстат – ОГРН 1022501799924, ИНН 2537037753, КПП 254301001. Дата постановки на учёт 3 мая 2012 г. Налоговый орган – Межрайонная инспекция ФНС России № 12 по Приморскому краю. Организационно-правовая форма – Общество с ограниченной ответственностью. Генеральный директор – Галиулина Светлана Петровна. Основной вид деятельности – Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах (код ОКВЭД 47.11).

Юридический адрес организации – 690088, Приморский край, г. Владивосток, Деревенская ул., д. 14, офис 36.

Торговая сеть «Реми» существует с 2008 года. Дальневосточный ретейл открывает магазины от Приморского края до Сахалина и развивает уникальную историю внутри бренда «Реми Сити». Сегодня торговая сеть «Реми» насчитывает 60 магазинов в 18 городах Приморья, Хабаровского края и Сахалинской области. Торговая сеть «Реми» не только расширяется, но и становится комфортнее для своих покупателей. Во многих крупных магазинах внедрены кассы самообслуживания, которые значительно ускоряют процесс покупки и позволяют избежать очередей на кассах. Активно развивается собственное производство. В большинстве торговых точек открыты пекарни, где покупатели могут приобрести свежий хлеб и выпечку. Отдельного внимания заслуживает обновленная пекарня в магазине «Реми» на «Красного знамени», 57, в которой установлено оборудование, аналогов которого нет в городе и крае, а продукция готовится по специальной технологии с использованием авторских рецептов, что позволяет предлагать покупателям уникальный ассортимент хлебобулочных изделий. Предназначение магазина заключается в улучшении качества жизни максимального числа жителей нашего региона, ежедневно предоставляя им возможность приобретать широкий ассортимент продуктов питания и непродовольственных товаров по доступным ценам. Практика проходила в одном из магазинов «Реми» по адресу проспект Красного знамени, 59. Магазин работает с 17 октября 2015 года. Директором является – Крикса Наталья Петровна.

Целевую аудиторию магазина составляют жители города в возрасте от 15 до 70 лет. По наблюдениям, особо частыми потребителями считаются студенты, так как магазин расположен вблизи университетов ВГУЭС и ТГМУ, и общежитиями. Посетителями магазина являются покупатели с различным уровнем дохода. Но также немаловажную роль играет месторасположение магазина.

2 Анализ ассортиментной политики торговой организации

2.1 Характеристика ассортимента

Ассортимент магазина «РЕМИ» можно разделить на основной и сопутствующий. Основной ассортимент представлен девятнадцатью большими ассортиментными группами. В качестве сопутствующего ассортимента выступают непродовольственные товары: мыло, стиральные порошки, моющие средства, шампуни, бальзамы и другие товары бытовой химии. Наличие сопутствующего ассортимента дает возможность увеличения доходов магазина, повышает его авторитет в глазах покупателя, является попыткой разнообразить ассортимент товаров и увеличить выбор покупателя, обеспечить покупателю возможность осуществления покупки одном месте. Принцип формирования товарного ассортимента в магазине – функциональный, то есть он призван удовлетворять потребности людей, прежде всего, в продуктах питания. Товарный ассортимент магазина является насыщенным, так как в продаже имеются аналогичные товары разнообразных производителей.

Номенклатура магазина «Реми» включает в себя продукцию девятнадцати ассортиментных групп:

- зерномучные товары;
- кондитерские товары;
- молоко и кисломолочные товары;
- мясо и мясные товары;
- рыба и морепродукты;
- яйца;
- сахар;
- мёд;
- свежие плоды;
- свежие овощи;
- грибы;
- детское питание;
- вода;
- безалкогольные напитки;
- алкогольные напитки;
- чай и кофе;
- пищевые жиры;
- хим. товары;
- переработанные плоды и овощи.

2.2 Структура ассортимента



Рисунок 1 – Структура ассортимента

Ассортиментная структура представляет собой процентное соотношение определенных совокупностей изделий к их общему количеству. Она характеризуется удельной долей каждого вида или наименования товара в общем наборе.

Исходя из полученных данных было выявлено, что ассортимент, реализуемый на предприятии ООО ЦЕНТРОПТТОРГ «Реми» является достаточно широким и полным.

2.3 Внутренние и внешние факторы, влияющие на ассортиментную политику торгового предприятия

К нормативно-технической документации относятся следующие виды документов: технические условия (ТУ); технологическая инструкция (ТИ); технологический регламент (ТР); технологический процесс (ТП); паспорт безопасности (ПБ); этикетка; рецептура; паспорт качества.

Технологическая инструкция по производству продукции – это документ, устанавливающий требования к процессам изготовления, хранения, транспортирования продукции. Технологическую инструкцию разрабатывают для конкретного вида или группы однородной продукции. Технологическая инструкция может быть самостоятельным технологическим документом или разрабатываться в качестве приложения к ГОСТ, ГОСТ Р, Техническим условиям, Стандартам организации.

Технологический регламент является основным техническим документом, определяющим оптимальный технологический режим, порядок проведения операций технологического процесса, обеспечивающий выпуск продукции требуемого качества, безопасные условия эксплуатации производства, а также выполнения требований по охране окружающей среды.

Технологический процесс (сокращенно ТП) – это система взаимосвязанных действий, выполняющихся с момента возникновения исходных данных до получения нужного результата.

Паспорт безопасности – документ, отвечающий за безопасность продукции и за обеспечение безопасности во время ее производства, упаковки, переработки, хранения, транспортировки и утилизации. Паспорт безопасности содержит необходимую информацию касательно характеристик изделия, требуемую для организации работ по защите персонала и конечных потребителей от неблагоприятного воздействия данного изделия на организм. Содержащаяся в документе информация также необходима для защиты сотрудников предприятия от несчастных случаев на производстве.

Этикетка – графический или текстовый знак, нанесенный в виде наклейки, бирки или талона на товар, экспонат, любой другой продукт производства, с указанием торговой марки производителя, названия, даты производства, срока годности и так далее.

Основным нормативным документом для производства каждого блюда является его рецептура – это четко выверенный количественный и качественный ингредиентный состав блюда или кулинарного изделия и сведения о нормах расхода сырья на производство блюда в определенном объеме (1 порция, 1 кг, 1 л). В рецептуру включены ингредиенты, образующие основу изделия, и добавки, определяющие его функциональную принадлежность.

Паспорт качества представляет собой документ, выдаваемый с целью обеспечения качества промышленных изделий, а также описывающий особенности их реализации и последующей утилизации. Паспорт качества содержит информацию о свойствах изделия и соотношении его характеристик с действующими стандартами: он не является заменой сертификату соответствия, а его оформление необходимо как для импортных, так и для российских товаров.

3 Идентификация товара

3.1 Факторы, влияющие на спрос товаров

Спрос – это желание и возможность потребителя купить продукт или услугу в определенном месте и в определенное время.

Величина спроса будет определяться уровнем цены на товар, для чего принято строить шкалу спроса, т. е. таблицу, которая показывает, какое количество товара будет куплено по различным ценам.

Поэтому величина спроса – количество товаров и услуг, которые покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

На спрос влияют такие факторы как:

- а) денежный доход и рост населения;
- б) размеры рынка;
- в) льготы потребителя;
- г) субъективные вкусы потребителей;
- д) наличие товаров заменителей.

3.2 Расшифровка товарных знаков на потребительских товарах, соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей

Товарный знак – это обозначения (словесные, изобразительные, объемные, а также их комбинации), позволяющие отличить товары одних изготовителей от однородных товаров других изготовителей.

Маркировка молочных продуктов должна включать следующую информацию:

- наименование товара;
- товарный знак;
- изготовитель;
- местонахождение изготовителя;
- объем;
- состав продукта;
- пищевая и энергетическая ценность в 100г продукта;
- условия хранения;
- срок годности;
- дата изготовления и дата упаковывания.

Для расшифровки товарных знаков я взяла два образца молочных продуктов.

Первый образец – молоко «Фермерское подворье», рисунок 2.



Рисунок 2 – Первый образец, где изображены товарные знаки



Рисунок 3 – Единый знак обращения продукции (ЕАС) на товаре

Единый знак обращения продукции (ЕАС) на товаре – это свидетельство того, что предлагаемая вещь прошла все необходимые испытания, сертифицирована и в целом отвечает требованиям ЕАЭС. Говоря проще, это гарантия экологичности, безопасности и высокого уровня исполнения объекта. Он призван означать качество и является своеобразной защитой потребителей от рисков приобретения контрафакта.

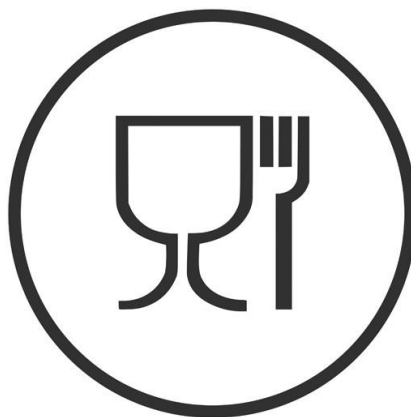


Рисунок 4 – Использование нетоксичных материалов

Маркировка указывает на полную безопасность для человека. Аналогичный знак размещается на упаковках, других товарах. Например, на посуде. Рюмка и вилка обозначают, что используется посуда для любых блюд. Второй образец – сметана «ГринАгро», рисунок 5.



Рисунок 5 – Второй образец, где изображены товарные знаки

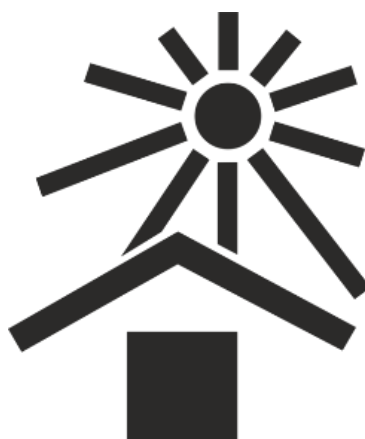


Рисунок 6 – Беречь от солнечных лучей, недопустимость размещения под солнцем



Рисунок 7 – Упаковку товара обязательно надо утилизировать отдельно, не выбрасывать в общую урну

3.3 Расшифровка штрих – кодов

Штриховой код представляет собой вид информации, наносимой на упаковку товара, и дающей представление об основных свойствах того или иного товара. Наносится штрих-код либо в виде последовательно располагаемых черных и белых полос, являющихся продолжением идеи азбуки Морзе, либо в виде геометрических рисунков, расположенных в определенной последовательности.

Тридцатизначный код EAN разделяется на отдельные структурные зоны:

- Первые 3 цифры для префикса, означающего код национальной (региональной) организации, в реестрах которой зарегистрирован производитель. Каждая страна имеет одну или несколько уникальных комбинаций кода, например, для России это 460–469, США и Канады – 00–13, Китая – 690–693. Номера присваиваются Международной Ассоциацией товарной нумерации (GS1). Это именно код регистрирующей организации, которая может находиться совсем в другой стране;

- от 4 до 6 цифр для номера регистрации производителя или дистрибьютора товара;

- 3-5 цифр для кода товара. Эти цифры не имеют отношения к характеристикам товара по цвету, весу и т.д. Это – номер товара, под которым он зарегистрирован в базе данных продавца, в которой, в свою очередь, под порядковым номером со штрих-кода зарегистрированы наименование товара, его вес и цена;

- от 1 до 2 цифр – внутренний код изготовителя, отражающий некие производственные процессы;

- одна цифра для контрольного числа, необходимого для запуска считывания сканером;

Для расшифровки штрих-кода возьмем следующие товары:

1. Молоко «ГринАгро». Штрих-код – 4607103820700:

460 – Код страны (Россия);

7103 – Код производителя (ООО ХАПК «ГринАгро» и ООО «ГринАгро-Сахалин»;

82070 – Код товара;

0– Контрольная цифра.

2. Кефир «Фермерское подворье». Штрих-код – 4607091202448:

460 – Код страны (Россия);

7091 – Код производителя (ООО «Хладокомбинат»);

20244 – Код товара;

– Контрольная цифра.

3. Питевой йогурт «Родимая сторонка». Штрих-код – 4607002366491:

460 – Код страны (Россия);

7002 – Код производителя (АО «ДАКГОМЗ»);

36649 – Код товара;

1 – Контрольная цифра.

3.4 Размещение и выкладка товаров

Размещение товаров – это распределение товаров на торговом оборудовании по всей площади торгового зала магазина в соответствии с планом помещения.

Выкладка – способы расположения, укладки и демонстрации товаров в торговом зале на торговом оборудовании. Первичная выкладка – расположение товара среди схожих товаров (категорий товара) других производителей или торговых марок на традиционных торговых площадях – полках, витринах.

Основные правила выкладки молочной продукции.

Мерчандайзинг имеет своей целью повышение уровня продаж через грамотное размещение на витринах. В контексте молкосодержащих товаров существуют определенные правила, выработанные с учетом характеристик реализуемых товаров. В первую очередь это касается небольшого срока годности и необходимости поддержания на прилавках с молоком определенного температурного режима.

При наличии нескольких подходов к организации выкладки необходимо в каждом конкретном случае выбрать тот вариант, который в наибольшей степени подходит для данного магазина. Рассматриваемые правила предусматривают обращение внимания на:

Сроки годности на молочные продукты.

Сроки годности молочных продуктов могут существенно отличаться друг от друга, что определяется особенностями производства и применением специальных технологий, например, стерилизации. В большинстве случаев он составляет в пределах 36-120 суток. Для

товаров, имеющих расфасовку в герметичную упаковку, сроки годности могут достигать 10-14 суток. Каждый молочный товар имеет свои условия хранения, в обязательном порядке прописываемые на упаковке, поэтому при подборе холодильного оборудования необходимо ориентироваться именно на них.

Размещение товаров.

Для крупных компаний, занимающих лидирующее положение на рынке, возможно использование отдельных холодильных установок, несущих символику бренда. Отдельно целесообразно размещать «фермерские» молочные товары. Основная же часть ассортимента размещается в холодильных камерах с последовательной выкладкой. Для продукции в упаковке Tetra Pak условия хранения применяются менее жесткие, поэтому их допускается размещать вне холодильного оборудования на видных местах, например, в центральной части зала.

Контроль свежести.

К скоропортящимся применяются повышенные требования соблюдения срока годности, поэтому такие проверки должны стать ежедневными. Любые просроченные молочные товары должны моментально изыматься из продажи.

Определение концепции выкладки.

Существует две основных концепции размещения товаров: вертикальная или горизонтальная ориентация. При горизонтальной модели продукция одного производителя размещается на одной полке. Подобный вариант упрощает контроль над молочными товарами конкурентов, но негативно сказывается на простоте выбора для потребителей, сталкивающихся с отклонением от традиционного размещения товаров. Поэтому подавляющее большинство крупных магазинов при размещении выбирает вертикальную модель.

Удобства выбора для потребителя.

Выкладка требует максимума удобства для покупателя, поэтому целесообразно в одном месте размещать весь ассортимент одного товара, например, молоко с различной жирностью, причем оно должно располагаться не в хаотичном порядке, а последовательно в сторону возрастания массовой доли жира.

3.5 Наличие сертификатов на поступившие товары

Документы, подтверждающие качество товара по 44-ФЗ, 223-ФЗ. Согласно действующему законодательству поставщик обязан передавать заказчику товары надлежащего качества. Это требование, как правило, прописывается и в заключаемом

договоре. Для отдельных видов продукции обязательным является также предоставление документа, подтверждающего ее качество.

Качественным признается товар, который полностью соответствует действующим стандартам, а также потребностям покупателя. Продукция является безопасной, если она не может причинить вред жизни и здоровью человека, растительному миру, а также окружающей среде. Согласно статье 20 184-ФЗ существует два вида документов, подтверждающих качество и безопасность товаров:

- сертификат соответствия;
- декларация о соответствии.

Сертификат соответствия – это документ, подтверждающий качество продукции, который выдается специализированным аккредитованным центром. Специалисты проверяют переданный им образец товара на соответствие требованиям, установленным законодательно, и выдают соответствующее заключение, оформленное на стандартизованном бланке.

Выделяют два вида сертификации продукции:

1. Обязательная. Применяется к товарам, входящим в перечень, утвержденный Правительством России. В него в основном включена продукция, которая может повлиять на безопасность людей.

2. Добровольная. У производителя существует возможность проверить соответствие своего товара требованиям качества и безопасности.

Декларация о соответствии товаров требованиям качества и безопасности представляет собой документ, выдаваемый по упрощенным правилам. Его предназначение и правила использования точно такие же, как и у сертификата.

Информация обо всех выданных сертификатах и декларациях вносится в соответствующие реестры. Они размещаются на сайте Росаккредитации. В них представлены реквизиты документа, срок его действия, сведения о самом товаре и проводимых испытаниях. Любой пользователь может проверить подлинность, введя в соответствующую форму номер сертификата или декларации. Реестры ведутся по правилам, установленным постановлением правительства №201 от 10.04.2006 г.

4 Работа с поставщиками

4.1 База данных по поставщикам

Основными поставщиками предприятия ООО ЦЕНТРОПТТОРГ «Реми» являются:

- ООО «ГРИН АГРО – ПРИМОРЕ»
- ООО «РАТИМИР»
- ОАО «НМК» (Мясное дело)
- ООО ТД «УНИТОРГ»
- ООО «ГЕРМЕС – ВОСТОК»
- ООО «ПЬЕМОНТ РИС ЯПОНСКИЙ ЖЕМЧУГ»
- ООО «ИМПЕРИЯ»
- ООО «ФАБРИКА МОРОЖЕНОГО»
- ООО «МИР УПАКОВКИ»
- ООО «КРЕСТЬЯНСКОЕ ХОЗЯЙСТВО БАРХАТНОЕ»

Процедура планирования закупок состоит из следующих этапов:

- сбор информации; анализ потенциальных потребностей покупателя и возможностей поставщика;
- выбор стратегии закупок (форм товароснабжения);
- определение метода закупок; принятие оперативных решений, связанных с процессом товародвижения;
- контроль и анализ выполнения плана; корректировка плана.

При осуществлении закупок торговые предприятия должны придерживаться определенных правил:

- на ранних стадиях формирования ассортимента целесообразно закупать и продавать лишь ограниченное количество наименований товаров, чтобы коммерческие службы могли сосредоточить свои усилия на повышении качества и установлении стандартов на качество основных товаров. Только после этого можно дальше расширять и углублять ассортимент.
- установить тесное сотрудничество на всех уровнях между товароведом коммерческих служб и технологами производства, между производителями и оптовиками; приветствовать совместную работу по формированию ассортимента, улучшению качества и разработке новых товаров.

4.2 Рейтинговая оценка работы с поставщиками

Выбор поставщика является одной из наиболее важных задач закупочной логистики. Решение о выборе поставщика должно быть обусловлено способностью поставщика удовлетворять критериям качества, объема поставки, условий доставки, цены и обслуживания.

Возможны два направления выбора поставщика:

1. Выбор поставщика из числа компаний, которые уже были поставщиками компании (или являются ими) и с которыми уже установлены деловые отношения. Это облегчает выбор, так как отдел закупок фирмы располагает точными данными о деятельности этих компаний, об их возможностях.

2. Выбор нового поставщика в результате поиска и анализа интересующего рынка: рынка, с которым фирма уже работает, или совершенно нового рынка (например, если принято решение диверсифицировать деятельность). Для проверки потенциального поставщика часто необходимы большие затраты времени и ресурсов, поэтому ее следует осуществлять только в отношении тех поставщиков из небольшого списка, которые действительно имеют серьезный шанс получить большой заказ. От потенциального поставщика, конкурирующего с существующими, ожидается более значительная эффективность.

Важные показатели при выборе поставщика следующие:

- Качество продукции;
- Своевременность доставки (авторы предлагают строить рейтинг поставщиков на основе фактов соблюдения или несоблюдения ими сроков поставок);
- Цена (сравнение реальной цены с желаемой или с минимальной у других поставщиков);
- Обслуживание (качество технической помощи, отношение поставщика и время ответа на просьбы о помощи, квалификация обслуживающего персонала и т.д.);
- Повторные предложения по разработке продукции или услуги, по снижению цены; техническая, инженерная и производственная мощность;
- Оценка дистрибьюторских возможностей (если поставщик выполняет функцию дистрибьютора);
- Детальная оценка финансов и управления.
- Сроки выполнения текущих и экстренных заказов.

Метод оценки поставщика (продавца) включает:

- анализ предыдущей деятельности по поставкам;
- установление соответствия системы менеджмента качества поставщика требованиям стандартов;

- контроль потребителем качества продукции на соответствие требованиям стандарта.
- При оценке поставщика аудиторы потребителя рассматривают следующие аспекты:
- компетентность руководства и его приверженность качеству;
 - понимание технических условий и контракта на поставку;
 - размер предприятия и его производственные мощности;
 - возможный объем поставок;
 - процессы и методы управления качеством, методы контроля качества;
 - уровень квалификации и подготовки сотрудников;
 - организация и эффективность обеспечения качества;
 - отзывы других потребителей;
 - финансовая стабильность предприятия.

4.3 Приемка товаров по качеству и количеству

Приемка товаров по количеству — это установление точного количества поступившего товара и его соответствия данным сопроводительных документов, предусматривающее выполнение следующих операций: отбор тарных мест для вскрытия; вскрытие тары; подсчет количества единиц (взвешивание товаров); сверка с сопроводительными документами.

Приемка товаров по количеству осуществляется, путем сплошного подсчета единиц, меры и массы товара в данной партии (за исключением товаров в фабричной упаковке), однако допускается и выборочная проверка количества товаров.

Проверяется соответствие фактического наличия товара данным, содержащимся в транспортных, сопроводительных и/или расчетных документах. К ним относятся: упаковочные листы, накладные и счета.

Один из основных товаросопроводительных документов — накладная. В накладной указываются номер и дата выписки, наименование поставщика и покупателя, наименование и краткое описание товара, его количество (в единицах), цена и общая сумма (с учетом налога на добавленную стоимость — НДС) отпуска товара. Накладная подписывается материально ответственными лицами, сдавшими и принявшими товар, и заверяется круглыми печатями предприятий поставщика и получателя.

Приемка товаров по качеству — это определение достоинства товаров (т.е. их качества), комплектности (т.е. наличия всех предметов, входящих в данный комплект) и маркировки.

Приемка товаров по качеству предусматривает выполнение следующих операций: перемещение товаров к рабочему месту товароведов-бракеров; вскрытие тары; непосредственная проверка качества и его соответствия условиям договора.

Сроки приемки товаров по качеству могут быть предусмотрены договорами поставки, ГОСТами или техническими условиями. Во всех остальных случаях приемка по качеству осуществляется в следующие сроки: на скоропортящиеся товары — не позже 24 часов с момента поступления; по остальным товарам — не позднее 10 дней при однородных и не позднее 20 дней при иногородних поставках.

В договоре о поставке прописываются условия о внешнем виде и укомплектованности поставляемого изделия. Обязательного документа для всех сторон не существует. Многие компании руководствуются нормативно-правовым кодексом, основанным из двух директив Госарбитража СССР № П-6 и № П-7 в двадцатом веке. Если у организаций возникли спорные вопросы, то они могут сослаться на эту инструкцию. Когда в договоре не прописан такой пункт, то представители компаний ведут переговоры путем личных договоренностей. Для покупателя существует нормативный регламент приемки товара на складе по количеству и качеству п. 1 ст. 513 ГК РФ, по которому он осуществляет выборку либо на своей территории, либо на зоне поставщика.

Целью инструкций является:

- Произвести визуальный осмотр коробок.
- Выявить недостачу по численности.
- Определить непригодную продукцию.
- Обозначить место для выборки,
- Проверить сопроводительные документы представителя.
- Договориться о месте и сроках хранения брака.

4.4 Нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров

К нормативно-технической документации относятся следующие виды документов:

- технические условия (ТУ);
- технологическая инструкция (ТИ);
- технологический регламент (ТР);
- технологический процесс (ТП);
- паспорт безопасности (ПБ);
- этикетка;
- рецептура;
- паспорт качества.

4.5 Оформление акта о несоответствии

Формирование акта о выявленных недостатках товара происходит тогда, когда от поставщика приходят некачественные товарно-материальные ценности.

Условие о надлежащем качестве товара всегда прописывается в договорах, составляемых между организацией-поставщиком и компанией-покупателем. Чтобы исполнить этот пункт, товар проходит многоступенчатую проверку.

Но иногда производитель/поставщик продукции не в силах отследить весь объем выпускаемых или поставляемых товаров. И тогда оформление акта о выявленных недостатках товара происходит непосредственно при приеме-передаче от изготовителя к покупателю.

Также акт может быть использован и внутри компании, например, когда товар поступает из производственного цеха на склад предприятия.

Вначале документа следует отвести несколько строчек под резолюцию директора предприятия. Затем акту присваивается номер и ставится дата его составления.

После этого идет основной раздел. Сюда первым делом вписывается:

- состав комиссии, которая участвует в составлении акта;
- ссылка на документ, который послужил основанием для ее создания (приказ или распоряжение руководителя организации).

Ниже находится таблица (можно оформить списком), в которую следует внести:

- основные идентификационные характеристики товара (его название, тип, номер, модель, количество, цену (за единицу и общую), дату поступления и т.д.);
- выявленные недостатки.

Под таблицей нужно указать:

- мероприятия, которые провела комиссия для того, чтобы найти дефекты: визуальный осмотр, разборку, экспертизу и т.п.;
- ответственных лиц;
- находился ли товар на гарантийном обслуживании;
- какие в дальнейшем с ним необходимо произвести действия (отремонтировать, списать, вернуть поставщику и пр.).

В заключение акт должен быть подписан всеми членами комиссии и по необходимости проштампован.

5 Товародвижение в магазине

5.1 Процесс оформления товаров на склад

Поступлению и продаже товаров в торговле предшествует процесс заключения договоров купли-продажи. По договору купли – продажи в соответствии со ст. 454 Гражданского кодекса Российской Федерации одна сторона обязуется передать товар в собственность другой стороне, которая обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму.

Договор выполняет следующие функции:

- юридически закрепляет отношения между сторонами договора, придавая им характер обязательств, выполнение которых оговорено в законе;
- определяет порядок и способы их исполнения;
- предусматривает способы защиты обязательств от их неисполнения сторонами договора.

Срок исполнения договора продавцом устанавливается в самом договоре. Если такой срок не установлен, то обязательство по договору должно быть исполнено в разумный срок.

Аспекты хозяйственных отношений, не затронутые в договоре, регламентируются действующим законодательством.

В соответствии со ст. 458 ГК РФ, если иное не предусмотрено договором купли-продажи, обязанность продавца передать товар покупателю считается выполненной в момент:

- вручение товара покупателю, если договором предусмотрена обязанность продавца по доставке товара (в этом случае прием товара производится на складе покупателя);
- предоставление товара в распоряжение покупателя в месте нахождения товара (прием производится покупателем на складе поставщика).

В помещениях, предназначенных для временного хранения товаров, также ведётся учёт и оформляются документы на каждый этап их движения: приём, хранение, перемещение и выбытие со склада.

Все действия, которые производятся на складе, необходимо фиксировать. В обязательном порядке оформляют документы на следующие операции:

Выделяют четыре основных вида складского учёта:

- поступление и оприходование товара от контрагентов;
- занесение информации о поступившей продукции в базу или учётные документы;
- отгрузка продукции покупателю или отправка в торговый зал;
- перемещение (между складами или торговыми точками);

- инвентаризация;
- информирование бухгалтерии об изменении закупочных цен;
- списание на собственные нужды, из-за порчи или недостачи;
- корректировка характеристик продукции в учётных карточках.

5.2 Технологический процесс товародвижения в магазине

Товары доставляют в торговый зал в то время, когда в нем находится минимальное количество покупателей, чтобы не препятствовать процессу продажи. Для перемещения товаров используют тележки или тару-оборудование.

Эффективность работы магазинов, качество обслуживания покупателей во многом зависят от рационального размещения товаров в торговом зале. Оно позволяет правильно спланировать покупательские потоки, сократить время на отборку товаров, увеличить пропускную способность магазина, уменьшить затраты труда персонала магазина при пополнении товарных запасов в торговом зале. Поэтому размещение товаров в торговом зале магазина следует осуществлять с учетом следующих основных требований:

- предоставления покупателям возможности ориентироваться в размещении комплексов, микрокомплексов и товарных групп, и совершения покупки в минимально короткий срок;
- создания условий комфортности во время пребывания покупателей в магазине;
- предоставления покупателям необходимой информации и широкого круга услуг;
- оптимального использования торговых площадей магазина; обеспечения сохранности материальных ценностей;
- организации рациональных товарных потоков и расчетных операций с покупателями.

При размещении товаров в торговом зале необходимо соблюдать правила товарного соседства. За каждой товарной группой следует закреплять постоянную зону размещения. Товары, которые подготавливают к продаже в магазине, размещают ближе к зоне, где выполняются подготовительные операции. Крупногабаритные товары надо размещать рядом с зоной расчета или выходом из торгового зала. Товары, требующие длительного ознакомления с ними покупателей, располагают в глубине торгового зала, чтобы не создавались помехи движению покупательских потоков. С соблюдением этого принципа размещают и товары, пользующиеся частым спросом.

Товары с высокой оборачиваемостью нужно расположить ближе к источникам пополнения.

Однородные товары лучше размещать концентрированно. Но если одни и те же товары входят в состав различных комплексов, а также если их концентрация приводит к задержке покупательского потока, то допустимо их размещение в разных местах торгового зала.

На первых этажах магазина необходимо располагать товары более частого спроса и не требующие длительного выбора.

Площади под отдельные товарные группы выделяют с учетом доли соответствующих групп товаров в продаже и их оборачиваемости.

Для размещения товаров в торговом зале магазина используют различные типы торговой мебели, тару-оборудование, торговое холодильное оборудование. Очень важно рационально расположить товары на торговом оборудовании, т. е. эффективно использовать площадь выкладки и емкость торгового оборудования и предоставить покупателям максимум удобств для отборки товаров.

При выкладке товаров на торговом оборудовании учитывают следующие основные принципы:

- однородные товары выкладывают по вертикали, обеспечивая тем самым лучшую их обзорность;
- целесообразно применять простейшие приемы выкладки товаров (прямую укладку, навалом и т. д.);
- декоративную выкладку товаров рекомендуется использовать только с рекламной целью;
- полки горок и другие элементы для выкладки товаров не следует переполнять товарами;
- в оптимальной зоне обзора необходимо размещать товары, быстрая реализация которых предпочтительна;
- выкладка товаров в торговом зале должна быть насыщенной;
- сопутствующие товары следует размещать навалом в различных местах (у торцовых стенок, расчетных узлов и т. д.), используя для этих целей корзины или кассеты.

При выкладке товаров в упаковке рекомендуется отдельные образцы оставлять без упаковки или в прозрачной упаковке, чтобы покупатель мог ознакомиться с ними.

Размещая товары в зале, и выкладывая их на торговом оборудовании, необходимо учитывать методы их продажи, конфигурацию торгового зала и т. д. Большое значение при этом имеют особенности отдельных товаров, их упаковка.

Выкладывают товары на оборудовании этикетками и рисунками на упаковке в сторону, обращенную к покупателям. Товары снабжают ценниками, закрепляемыми в специальных держателях.

5.3 Инвентаризация

Инвентаризация — это проверка фактических остатков товаров, которые есть в магазине и на складе, сверка их количества с данными из учетной системы. Если магазин не ведет учет, то инвентаризация помогает узнать, какие товары в наличии и чего не хватает. Из этих данных владелец магазина может сделать выводы о товарных остатках.

При инвентаризации проверяют не только реальное количество товара, но и товарный вид: можно ли им торговать, не испорчен ли, не помят, есть ли ценник.

Ревизия магазинной продукции имеет определенную последовательность. Она состоит из нескольких этапов:

- Подготовка. Руководитель пишет инвентаризационный приказ и ставит свою подпись, а в проверочном магазине выбирается переучетное время. В большинстве случаев оно приходится на вечер. Если же это круглосуточный супермаркет, то отдаётся предпочтение утренним часам или поздней ночи. На этот период приходится минимальная потребительская нагрузка.

- Пересчет и сопоставление информации. Для ускорения этого процесса используются терминалы сбора данных. Они позволяют быстро определить вес, количество и прочие нужные параметры каждого из проверяемого товара.

- Занесение результатов. Полученные данные заносятся в счислительную ведомость ИНВ-19. После этого комиссия заполняет акт списания.

- Принятие мер в зависимости от полученных результатов. Ревизия может завершиться выписыванием штрафа ответственным людям, назначением повторной проверки или определением продукции, которая нуждается в более частом контроле.

5.4 Соответствующие документы

Данный процесс функционирует посредством массы сопутствующих актов. И каждое действие комиссии, а также ответственных лиц должно фиксироваться. Итоги сверки имеют строгий характер. Если допускаются хоть какие-то ошибки, расхождения, противоречия во мнениях, сразу проводится дополнительная проверка. И вносятся соответствующие исправления.

Регламент строгий, используется необходимый бланк для каждого действия. Для сверки — свой, для списания — свой. Итак, рассмотрим, какие форматы нам понадобятся для этого:

- Опись ИНВ-3. Это основной документ, который руководитель передает сформированной комиссии. А точнее, конкретно лидеру группы. В нем отражаются остатки

ТМЦ на текущий период. Именно их и предстоит сверять. Это, так сказать, база, на которую следует ориентироваться. В бланке есть графа о фактическом наличии. По сути, именно ее и нужно заполнить, пройдясь по всем позициям, указанным в бумаге. Очередность же остается на усмотрение проверяющих.

- ИНВ-19. Ее еще называют сличительной ведомостью. Это своего рода основной отчет, который формируется в виде результатов проделанной работы.

- ИНВ-6. К вопросу о том, как оформить и провести инвентаризацию ТМЦ, которые в этот момент находятся в транспорте. То есть, их перевозят, доставляют на склад или точку продаж, везут от поставщика. Именно данный акт и используется в таком случае.

- ИНВ-5. Этот акт составляется уже только по поводу некоторой категории товаров или иного имущества. То, что принимается на ответственное хранение. Объекты повышенной безопасности. И их проверяют особо тщательно, занося сведения в отдельную опись.

- ТОРГ-16. Этот акт уже относится к списанию товаров. В принципе, он оформляется в том случае, если выявилось, что продукт в наличии есть, но его эксплуатационные свойства исчерпали себя. Обычно это плановое списание. Было известно, что к этой дате срок годности уже выйдет. Либо, нарушены условия хранения. И тогда уже добавляется к ситуации и поиск виновного. Кроме того, есть некоторая категория товаров, срок годности которых не имеет четко выраженной даты. Так, при проведении инвентаризации ТМЦ оформляется данный акт и на продукты, которые непредвиденно вышли из срока эксплуатации.

Заключение

В результате прохождения производственной практики в организации ООО «ЦЕНТРОПТТОРГ» «Реми» с 19.12.2022 по 24.12.2022гг были закреплены теоретические знания и расширены профессиональные умения.

Практическое обучение является одной из неотъемлемых составляющих учебного процесса для студентов Академического колледжа, проходящих обучение по специальности «Товароведение – экспертиза качества потребительских товаров».

Практические навыки играют определяющую роль в профессиональной деятельности любого специалиста. Чем больший опыт накоплен человеком по практическому использованию своих теоретических знаний, тем более эффективна работа такого сотрудника. Подготовка к написанию работы предусматривает изучение темы будущей работы, знакомство со всеми ее тонкостями и нюансами. Необходимо составить наиболее полное представление о предмете работы и хорошо ориентироваться в данном вопросе. Сбор материалов является одной из составляющих. На этом этапе ставится задача составить базу будущей работы, состоящую из нормативно-правовых актов, собственных наблюдений, материалов и информации используемых в работе фирмы.

Список используемых источников

1 ГОСТ 31450-2013 Молоко питьевое. Технические условия. Пищевые продукты. Дата введения 01.07.2014 Настоящий стандарт распространяется на упакованное в потребительскую тару после термической обработки или термообработанное в потребительской таре питьевое молоко, изготавливаемое из коровьего сырого молока и/или молочных продуктов, и предназначенное для непосредственного использования в пищу.

2 Гранаткина, Н.В. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами / Н.В. Гранаткина. - М.: Academia, 2018.

3 Коник, Н.В. Товароведение, экспертиза и сертификация молока и молочных продуктов: Учебное пособие / Н.В. Коник, И.С. Киселева, Е.А. Павлова. - М.: Альфа-М, 2018. - 304 с.

4 Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров / Е.Ю. Райкова. - М.: Дашков и К, 2018. - 412 с.

5 Райкова Е.Ю. Товароведение: учеб.пособие для студ.сред.проф.образ./Е.Ю. Райкова, Ю.В. Додонкин. – 5-е изд., стер. – М.: Академия, 2018.-240с.

6 Товароведение. Учебник для торговых школ. Часть I. - М.: Типо-Литография А. Э. Винеке, 2019. - 102 с.

7 Приемка товаров по количеству и качеству [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.consultant.ru/law/podborki/priemka_tovarov_po_kolichestvu_i_kachestvu/

Приложение А

Акт несоответствия качества продукта

	(наименование получателя)

	(адрес получателя)
<p>АКТ об обнаружении несоответствия качества и комплектности продукции (товара) требованиям стандарта либо других документов, удостоверяющих качество при вскрытии вагона (контейнера, автофургона) "__" "__" 20__ г.</p>	
Место составления акта _____ Комиссия в составе _____	
<hr/>	
произвела вскрытие вагона (контейнера, автофургона) за No. _____ поступившего по _____ накладной No. _____ от "___" "___" 20__ г. Грузополучатель _____ Грузоотправитель _____ Станция отправления _____ Станция назначения _____ Дата подачи вагона (контейнера, автофургона) под разгрузку _____	
При вскрытии установлено: 1. Состояние вагона, контейнера, автофургона _____ <hr/> 2. Исправность пломб и описание отгисков _____ <hr/> 3. Количество осмотренной продукции (товара) и характер выявленных дефектов: 4. Продукция (товар) выгружена из _____ (вагона, контейнера, автофургона) в _____, полностью обеспечивающий ее сохранность. (склад, хранилище)	
Подписи лиц, участвовавших в составлении акта:	
_____ (подпись)	_____ (фамилия)
_____ (подпись)	_____ (фамилия)
_____ (подпись)	_____ (фамилия)

Приложение А – Акт несоответствия качества продукта