

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

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (по профилю специальности)

ПМ.01 Управление ассортиментом товаров
ПМ.04 Выполнение работ по профессии рабочего «Кассир
торгового зала»

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

период с «3» июня по «23» июня 2023 года

Студент
гр. С-ТВ-22-1

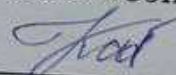


подпись

Кузнецова А.В.

Организация: ООО «Сэйлор»

Руководитель практики от предприятия



подпись

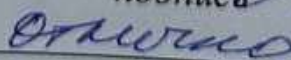
Руководитель практики АК ВГУЭС



подпись

Худякова С.К.

Отчет защищен: с оценкой



Владивосток 2023

Содержание

Введение	3
1 Общая характеристика предприятия	4
2 Анализ ассортимента торговой организации	6
2.1 Общая характеристика ассортимента	6
2.2 Расчет коэффициента рациональности	8
2.3 Нормативные и технологические документы, регламентирующие ассортимент товаров	9
2.4 Анализ работы с поставщиками	10
3 Идентификация товаров	11
4 Анализ размещения и выкладки товаров	14
5 Потребность в товаре, на примере одной ассортиментной группы	15
6 Профессиональная деятельность продавца и его должностных обязанностей	16
6.1 Должностные обязанности продавца	16
6.2 Виды материальной ответственности работников предприятия	17
6.3 Обязанности работников предприятия по сохранению товарно-материальных ценностей и денежных средств	19
7 Оценка соответствия помещений предприятия требованиям обеспечения качества и безопасности реализуемых товаров	
Заключение	21
Список используемых источников	22

Введение

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ 04 Выполнение работ по профессии рабочего «Кассир торгового зала» и ПМ.01 «Управление ассортиментом товаров» является формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта для последующего освоения общих и профессиональных компетенций по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы продавца и контролёра-кассира в сфере торговли и общественного питания;
- изучение организационных процессов, связанных с продажей товаров; приёмкой товаров;
- освоение процессов работы по отпуску товаров и обслуживанию покупателей;
- приобретение опыта приёмки товаров; работы на кассовом оборудовании;
- развитие навыков работы на торговом оборудовании; работы с весоизмерительным, режущим и холодильным оборудованием;
- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы товароведа в сфере торговли и общественного питания;
- изучение организационных процессов, связанных с управлением ассортиментом товаров;
- освоение процессов работы по выявлению потребности в товарах предприятия торговли; приёмки и размещению товаров; по выявлению и контролю условий и сроков транспортировки и хранения товаров;
- приобретение опыта работы по формированию ассортимента торговой организации;
- развитие навыков работы с поставщиками и потребителями; работы на торговом оборудовании; работы с маркировкой товаров.

1 Общая характеристика предприятия

Предприятие, в котором проходила учебная практика – ООО «СЭЙЛОР».

Предприятие находится по адресу Приморский Край, г Уссурийск, с Новоникольск, ул Советская, зд. 4г.

Дата регистрации предприятия 30.01.2006. Предприятие существует на рынке 17 лет. Руководителем является Кабачинский Юрий Борисович.

Основной вид деятельности

47.25.11 Торговля розничная продовольственными продуктами, алкогольными напитками, кроме пива, в специализированных магазинах.

Уставный капитал 10000 рублей.

К учредительным документам относятся:

- свидетельство о регистрации юридического лица или лист записи ЕГРЮЛ;
- свидетельство о постановке на учет в налоговой инспекции по юридическому адресу;
- договор об учреждении;
- список участников;
- выписка из ЕГРЮЛ;
- протокол (приказ) о назначении гендиректора.

Ресурсы организации – это основные элементы экономического потенциала организации, которые используются для достижения конкретных целей:

1. Осуществление экономического и технического развития.
2. Обеспечение финансовой устойчивости.
3. Повышение конкурентоспособности.

Материальные ресурсы – это материально-техническая основа организации:

1. Средства труда – представляют собой совокупность орудий труда, которыми оснащена организация в соответствии с производственным назначением.
2. Предметы труда – это различные материалы, которые используются для производства продукции.
3. Вещества, впервые отделяемые трудом от природы и превращаемые в продукт потребления.
4. Вещества, прошедшие обработку.

Финансовые ресурсы – представляют собой совокупность денежных средств, которые формируются из собственных, заемных и привлеченных источников.

Финансовые ресурсы являются экономической основой для организации торговой деятельности на принципах самофинансирования. Значит, важнейшей задачей предприятий является изыскание резервов увеличения собственных финансовых ресурсов и улучшения их использование в целях повышения эффективности работы предприятия в целом.

Формирование финансовых ресурсов осуществляется на двух уровнях: в масштабах страны и на каждом предприятии. Источником формирования финансовых ресурсов на общегосударственном уровне является национальный доход.

Трудовые ресурсы – это персонал организации. Являются активной составной частью ресурсов организации и ориентированы на ведущую роль в производственном процессе.

На данном предприятии используется линейное управление (Рисунок 1).

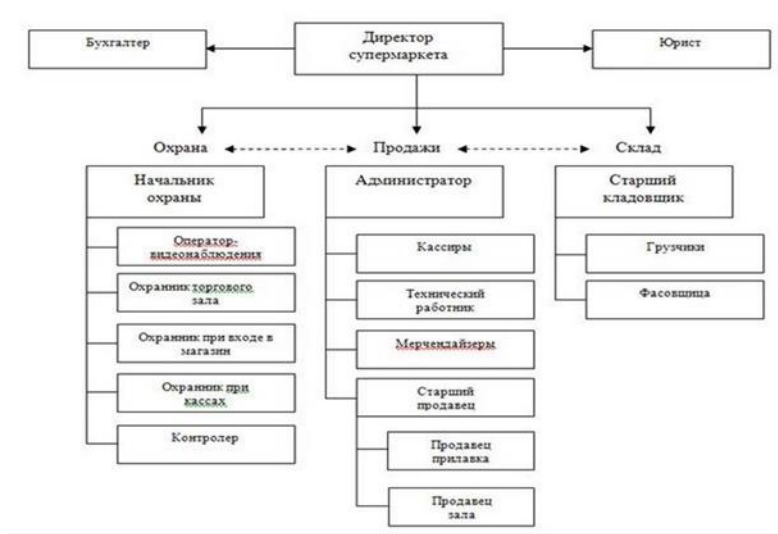


Рисунок 1 - Организационная структура предприятия

Каждый подчиненный имеет руководителя, который отдает распоряжения, контролирует и руководит работой исполнителей.

2 Анализ ассортимента торговой организации

2.1 Общая характеристика ассортимента

Формирование ассортимента — это процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров. Ассортимент товаров должен удовлетворять спрос клиентуры, а также достигать целей, которые выработаны оптовым предприятием, в частности, обеспечивать запланированный уровень прибыли.

Процесс формирования ассортимента товаров на оптовых предприятиях осуществляется следующим образом.

Сначала определяется перечень основных групп и подгрупп реализуемых товаров. При этом необходимо исходить из задач удовлетворения запросов розничных торговцев с учетом их специализации. Например, если оптовик поставляет в розничные предприятия товары автохимии и автокосметики, то сформированный этим предприятием ассортимент должен соответствовать требованиям определенных клиентов — супермаркетов, магазинов бытовой химии и хозтоваров, магазинов запчастей, магазинов при автозаправочных станциях.

Затем определяется количество реализуемых разновидностей товаров по каждому наименованию. При этом необходимо учитывать появление на рынке новых товаров и включать их в ассортимент и одновременно исключать из ассортимента устаревшие товары, а также товары, на которые наблюдается резкое падение спроса.

Ассортимент товаров формируется на основании ассортиментного перечня (Таблица 1) товаров. В нем отражается состав наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые постоянно должны быть в наличии. Ассортиментные перечни рекомендуется разрабатывать на год. При необходимости в течение года в них можно вносить соответствующие изменения. Ассортиментные перечни разрабатываются в целях контроля полноты и стабильности ассортимента товаров на складах.

Таблица 1 – Ассортиментный перечень ООО «Сэйлор»

Ассортиментная группа	Количество наименований
Колбасные изделия	25
Консервы мясные, рыбные, молочные	30
Масло растительное	15
Сахар	2
Консервы овощные	15
Консервы фруктовые	23
Соль	13

Продолжение таблицы 1

Макаронные изделия	26
Лимонады	15
Чай	10
Кофе, кофейные напитки	13
Консервация	18
Вода	3
Пиво, алкогольные напитки.	29
Мука	12
Крупа	11

Формирование ассортимента товаров - процесс подбора и установления номенклатуры товаров, соответствующей спросу покупателей и обеспечивающей высокую прибыльность торгового предприятия. Важнейшим принципом формирования ассортимента товаров является обеспечение его соответствия характеру спроса населения, обслуживаемого клиентами предприятия. Оно должно предусматривать комплексное удовлетворение спроса покупателей в рамках избранного сегмента рынка. В связи с этим ассортимент товаров, предлагаемых покупателям, должен обладать достаточной широтой и глубиной. При этом широта ассортимента определяется числом товарных групп, подгрупп и наименований товаров, включённых в номенклатуру, а глубина - числом разновидностей товаров по каждому наименованию.

Чтобы построить структуру ассортимента ООО «Сэйлор», воспользуемся таблицей 1.



Рисунок 2 – Структура ассортимента ООО «Сэйлор»

Исходя из рисунка 2, можно сделать вывод, что большинство ассортимента занимают консервы мясные, колбасные изделия и алкогольные напитки.

2.2 Расчет коэффициента рациональности

Коэффициент рациональности ассортимента является наиболее важным среди всех анализируемых показателей и рассчитывается по следующей формуле (1):

$$K_p = (V_{ш} \times K_{ш} + V_{п} \times K_{п} + V_{у} \times K_{у} + V_{н} \times K_{н})/4, \quad (1)$$

где K_p - коэффициент рациональности;

$V_{ш}$ - коэффициент весомости широты;

$V_{п}$ - коэффициент весомости полноты;

$V_{н}$ - коэффициент весомости новизны;

$V_{у}$ - коэффициент весомости устойчивости;

$K_{ш}$ - коэффициент широты ассортимента;

$K_{п}$ - коэффициент полноты ассортимента;

$K_{н}$ - коэффициент новизны ассортимента;

$K_{у}$ - коэффициент устойчивости ассортимента.

Данный коэффициент рациональности показывает насколько торговый ассортимент удовлетворяет реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей.

В результате проделанной работы по расчету основных показателей ассортимента были получены следующие данные:

$$K_{ш} (\text{коэффициент широты}) = Шд:Шб = 0,47; \quad (2)$$

$$K_{п} (\text{коэффициент полноты}) = Пд:Пб = 0,60; \quad (3)$$

$$K_{н} (\text{коэффициент новизны}) = Н:Шд = 0,007; \quad (4)$$

$$K_{у} (\text{коэффициент устойчивости}) = У:Шд = 0,51. \quad (5)$$

Для того, чтобы определить коэффициент рациональности необходимо рассчитать коэффициенты весомостей каждого показателя. Для их расчета используется экспертный метод. В качестве экспертов выступали пять покупателей, находившихся в магазинах в момент проведения исследования. Каждому из выбранных покупателей было предложено оценить ранг (степень важности) каждого из указанных показателей ассортимента (полноты, широты, устойчивости и новизны) при выборе нужной им товара.

В результате расчета коэффициентов весомости получены следующие данные:

$$V_{ш} (\text{весомость широты}) = 0,17;$$

$$V_{п} (\text{весомость полноты}) = 0,20;$$

$$V_{н} (\text{весомость новизны}) = 0,19;$$

$$V_{у} (\text{весомость устойчивости}) = 0,25.$$

Произведем расчет коэффициента рациональности цепочек:

$$K_p = (0,17 \times 0,47 + 0,20 \times 0,60 + 0,19 \times 0,007 + 0,25 \times 0,51)/4 = 0,3189 \quad (6)$$

В результате подсчетов был получен коэффициент рациональности, равный 0,3189.

Учитывая тот факт, что максимальное значение данного показателя равно 1, ассортимент на рынке ВладиСэйлора имеет средний уровень рациональности. Поэтому есть необходимость проводить различные мероприятия в области формирования ассортимента и улучшения его структуры.

2.3 Нормативные и технологические документы, регламентирующие ассортимент товаров

Важную роль в управлении ассортиментом играют нормативные и технологические документы, регламентирующие базовую широту и полноту ассортимента.

Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров. Перечень видов и наименований ассортиментных групп однородных товаров, составляющих базовую широту и полноту ассортимента, устанавливается в ОКП, стандартах на продукцию разных категорий (ГОСТ, ГОСТ Р, СТО) и технических условиях. В этих нормативных документах первый раздел называется «Классификация и ассортимент» (или «Ассортимент», или «Виды»). Кроме того, в некоторых стандартах может быть приведена краткая характеристика видов и разновидностей товаров.

Наряду со стандартами, ассортимент товаров приводится в каталогах, прейскурантах и прайс-листах, которые составляют фирмы-изготовители или торговые организации. Эти документы выполняют двойную функцию, информируя потребителей и об ассортиментных и стоимостных характеристиках товаров.

За рубежом широко распространены каталоги, которые разрабатываются на государственном и фирменном уровнях. В нашей стране также проводится работа по созданию единого государственного каталога. После выпуска такого каталога появится технологический документ, содержащий полный ассортимент российских товаров, который может быть принят в качестве базового показателя широты.

В настоящее время в России уже выпущен ряд изданий, содержащих перечни отечественных товаров по различным отраслям народного хозяйства. [3]

Большое значение для управления ассортиментом товаров имеют работы по классификации и кодированию, которые проводят отраслевые центры, кафедры РЭУ им Г. В. Плеханова, РГТЭУ, РУК Центросоюза России и др., отделы торговых предприятий. Они разрабатывают рекомендации промышленности по обновлению ассортимента и улучшению качества выпускаемых товаров, участвуют в оптимизации структуры ассортимента, определяют перспективу его развития. Все это способствует эффективному управлению как качеством, так и ассортиментом товаров. Один из важных способов управления ассортиментом является применение методик опережающей стандартизации. Результаты товароведных исследований, ре-

комендаций по улучшению качества и выпуску новых изделий служат основой активного формирования перспективного ассортимента товаров и управления им.

2.4 Анализ работы с поставщиками

К поставщикам товаров относят конкретные предприятия различных источников поступления, т.е. тех или иных отраслей народного хозяйства, различных сфер производственно-экономической деятельности, вырабатывающих товары и услуги.

Учитывая большое многообразие поставщиков товаров, их можно классифицировать на несколько групп по различным признакам (функциональным, территориальным, формам собственности, ведомственной принадлежности и др.). В обобщенном виде всех поставщиков товаров можно подразделить на две категории: поставщиков-изготовителей и поставщиков - оптовых предприятий.

Поставщики-изготовители - производственные предприятия, фирмы, частные предприниматели и т.д., выпускающие товары потребительского назначения различного ассортимента для удовлетворения спроса потребителей.

Выбор поставщика является составной частью планирования оптовых закупок. Правильный выбор поставщика, в конечном счёте, определяет эффективность коммерческой деятельности по оптовым закупкам. От этого зависит, на каких условиях будет заключён договор. Если партнёр окажется неисполнительным, все усилия по оптовым закупкам будут напрасными. Таким образом, от выбора поставщика зависит выгодность партнёрства.

Выбор поставщика является одной из наиболее важных задач. Некоторые менеджеры недооценивают значение правильного выбора поставщика для эффективного функционирования всей компании, а оно обеспечивается, во многом, четким выполнением поставщиками своих функций. Некоторые исследования показывают, что во многих компаниях мира, по крайней мере, 50% проблем, связанных с качеством, возникает из-за товаров и услуг, которыми их обеспечили поставщики.

Кроме того, решение по выбору того или иного поставщика необходимо обосновывать перед руководством компании и лица, ответственные за принятие решений о закупках, не могут действовать только интуитивно. Обычно такое решение зависит от оценки способности поставщика удовлетворять критериям качества, объема, условий доставки, цены и обслуживания.

3 Идентификация товаров

Основными идентификационными признаками ассортиментной характеристики макаронных изделий служат форма, цвет, и размеры. Указанные показатели формируются в необходимых параметрах в условиях производства, поэтому подделывать их нет смысла, так как выгоды от этого ни производитель, ни продавец не получают. К тому же и потребитель даже с минимальным практическим опытом легко идентифицирует виды и подвиды макаронных изделий.

Макаронные изделия должны изготавливаться в соответствии с требованиями стандарта ГОСТ Р 51865-02, с соблюдением санитарных норм и правил, рецептур и технологических инструкций, утвержденных в установленном порядке.

По органолептическим показателям макаронные изделия должны соответствовать характеристикам, указанным в таблице 2.

Таблица 2 – Органолептические показатели макаронных изделий

Наименование показателя	Характеристика
Цвет	Соответствующей сорту муки без следов непомеса. Цвет изделий с использованием дополнительного сырья изменяется в зависимости от вида этого сырья
Поверхность	Гладкая. Допускается шероховатость
Излом	Стекловидный
Форма	Соответствует типу изделий
Вкус	Свойственный данному изделию, без постороннего вкуса
Запах	Свойственный данному изделию, без постороннего запаха
Состояние изделий после варки	Изделия не должны слипаться между собой при варке до готовности

К факторам, сохраняющим качество макаронных изделий, относятся маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.

Маркировка каждой единицы потребительской тары макаронных изделий должна содержать:

- наименование продукта;
- наименование и местонахождение изготовителя [юридический адрес, включая страну, и, при несовпадении с юридическим адресом, адрес(а) производств(а)];
- наименование организации на территории государства, принявшего стандарт, упол-

номоченной изготовителем на принятие претензий от потребителя на ее территории (при наличии);

- массу нетто;
- товарный знак изготовителя (при наличии);
- состав продукта;
- пищевые добавки, ароматизаторы, биологически активные добавки к пище, ингредиенты продуктов нетрадиционного состава;
- группу продукта, сорт;
- информацию о наличии ГМО (при содержании генетически модифицированного компонента в количестве, превышающем установленную норму);
- пищевую и энергетическую ценность;
- дату изготовления и дату упаковывания;
- срок хранения;
- условия хранения в соответствии с требованиями настоящего стандарта;
- способ приготовления;
- обозначение документа, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт;
- информацию о подтверждении соответствия.

На потребительской таре, обеспечивающей возможность визуального определения упакованного продукта, наименование допускается ограничить словами «Макаронные изделия».

На потребительской таре, не обеспечивающей возможность визуального определения упакованного продукта, наносят рисунок, соответствующий его натуральной форме и размерам.

Транспортная маркировка - по ГОСТ 14192-96 «Маркировка грузов (с Изменениями N 1, 2, 3)» с указанием:

- наименования предприятия-изготовителя;
- товарного знака (при его наличии);
- наименования товара, его группы, сорта и формы;
- массы нетто при стандартной влажности;
- массы брутто;
- срока хранения;
- даты изготовления и упаковывания;
- обозначения настоящего стандарта с нанесением манипуляционных знаков: «Хрупкое. Осторожно», «Беречь от влаги».

Потребительская товарная информация - это сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды вследствие применения конкретного товара и нацеленные в конечном счете на потребителей. Эта информация содержит сведения о наиболее привлекательных потребительских свойствах товаров: пищевой ценности, составе, функциональном назначении, способах использования и эксплуатации, безопасности, надежности и др.

Для идентификации макаронных изделий товарную информацию подразделяют на три вида: основополагающую, коммерческую и потребительскую.

Расшифруем значение товарных знаков на примере конкретных маркировок.



Рисунок 3 – Пример товарной маркировки

На данном примере изображен товарный знак соответствия — это специальный знак, которым маркируется товар, товарный ярлык или упаковка товара, этот знак показывает соответствие этого товара установленному стандарту, требованиям сертификационных организаций. Знак соответствия говорит о том, что данный продукт сертифицирован и соответствует установленным нормам качества, так же на него получен сертификат соответствия, а также знак «ЕАС». Требования к маркировке товара «ЕАС» установлены в соответствии с решением Комиссии Таможенного союза от 15.07.2011.

Расшифровка производится по определенной схеме:

1. Сложить все цифры, стоящие в штрихкоде на четных местах и умножить это число на 3;
2. Сложить все цифры, стоящие на нечетных местах кроме последней цифры (контрольной суммы);
3. Далее нужно сложить результаты (1) и (2) и отбросить десятки, т.е. оставить от полученной суммы последнюю цифру;
4. Вычесть из 10 результат (3) и сравнить его с контрольной суммой.

В результате расчета было выявлено, что оба товара являются подлинными. Контрольная цифра совпадает с финальной цифрой расчета.

4 Анализ размещения и выкладки товара

Для данного анализа в качестве конкретной ассортиментной группы были выбраны макаронные изделия.

Для выкладки макаронных изделий также действуют общие правила мерчандайзинга. Некоторые производители пытались выпускать макароны в узких пачках, чтобы увеличить фэйсинг, но эти попытки не имели успеха, такие макароны не стали пользоваться большей популярностью, поэтому сегодня преобладают стандартные упаковки - это так называемые "подушки" для коротких макаронных изделий и вытянутые пачки для длинных.

Основные рабочие приемы, связанные с выкладкой макаронных изделий, заключаются в следующем:

- для традиционных макарон необходимо отводить специальный стеллаж; сублимированную продукцию следует размещать в секции сухих супов и полуфабрикатов; охлажденные изделия выкладывать в холодильники;
- обычно, продукты быстрого приготовления и макаронные изделия следует размещать рядом;
- стоит учитывать ценовой фактор в процессе размещения: дешевые "небрендовые" сорта лучше размещать на нижних полках стеллажа, средние полки отвести под бренды массового сегмента, а верхние - под дорогие товары;
- во время выкладки макаронных изделий стоит обратить внимание на состояние упаковки, которая может в процессе транспортировки, разгрузочно-погрузочных работ, хранения приобрести нетоварного вида и негативно повлиять не только на объемы продаж, но и санитарное состояние отдела;

Примером конкретной ассортиментной группы было выбрано макаронные изделия.

Ассортимент масла в магазине должен быть достаточно широким и включать различные ее виды. Решающими факторами при формировании ассортимента макарон является размещение магазина, площадь торгового зала, доходы большей части покупателей, фактор сезонности.

Основные рабочие приемы, связанные с выкладкой макарон, заключаются в следующем:

- макароны обычно размещают во второй трети магазина, рядом с консервами;
- продукция должна быть выставлена одним блоком и занимать все полки по вертикали,
- макароны одного бренда с небольшими различиями по вместимости упаковки лучше выкладывать рядом.

5 Потребность в товаре, на примере одной ассортиментной группы

Примером ассортиментной группы было выбрано растительное масло.

В опросе приняли участие респонденты в количестве 37 человек, из них 73% женщин и 27% мужчин. Преобладание женщин объясняется тем, что они чаще всего совершают покупки продуктов питания.

Анализ респондентов по возрасту показал, что основная часть потребителей (43,2%) – это люди от 26 до 40 лет. Если говорить о доходах, то у большей части респондентов средне-месячный доход на одного человека составляет от 25000 до 30000 рублей (37,8%),

При ответе на вопрос: «Подсолнечное масло какой торговой марки вы покупаете чаще всего?» результаты распределились следующим образом: 40,5% опрошенных предпочитают подсолнечное масло торговой марки «Злато», 18,9% выбирают масло марки «Золотая семечка», 16,2% масло под торговой маркой «Олейна», 10,8% отдали предпочтение торговой марке «Слобода», 13,5% выбрали другого производителя.

Основная часть опрошенных предпочитает рафинированное подсолнечное масло – 81,1%.

На вопрос: «Как часто вы покупаете подсолнечное масло?» большинство респондентов (54,1%) приобретают данный продукт раз в месяц, 40,5% -несколько раз в месяц, 5,4% -один раз в неделю.

На вопрос «Какие факторы влияют на выбор вами подсолнечного масла?» получены следующие ответы: наименьшее количество опрошенных –16,2% обращают внимание на красочность упаковки, 56,8% интересует объем упаковки, 35,1% ориентируются на торговую марку, большинство опрошенных (62,2%) обращают внимание на цену продукта.

При ответе на вопрос «Для чего вы используете подсолнечное масло?» ответы распределились так: большинство опрошенных (89,2%) использует растительное масло для жарки и заправки салатов, оставшиеся респонденты используют масло также и для выпечки.

Наиболее приемлемой ценой за 1 л подсолнечного масла для 43,2% респондентов является цена от 50 до 60 рублей. 32,4 % предпочитают цену от 40 до 50 рублей (эту часть составляют люди пенсионного возраста). Для 24,3% опрошенных цена большого значения не имеет, они ориентируются на торговую марку продукта.

В отношении вопроса «Влияет ли на ваш выбор реклама?», большинство респондентов (54,1%) ответили положительно.

Практически все домохозяйства являются потребителями растительного масла и таким образом рост продаж возможен за счет увеличения частоты потребления. В этих условиях для продвижения своей продукции предприятиям следует изменить тематику рекламы.

6 Профессиональная деятельность продавца и его должностных обязанностей

6.1 Должностные обязанности продавца

Обязанности — это конкретные действия работников, а функции — это общее направление деятельности, место сотрудников в процессе работы предприятия, в данном случае, магазина. Обязанности исполняют, чтобы выполнять функцию.

Список обязанностей будет шире списка функций. Рекомендуется включить в третий раздел инструкции не только основные обязанности продавца, но как можно наиболее полный перечень того, что требуется от сотрудника. В противном случае подкованный работник сможет отказаться от выполнения каких-либо действий, ссылаясь на их отсутствие в этом документе.

- Обслуживать покупателей продуктового отдела магазина: взвешивать, резать, упаковывать и отпускать продукцию через кассу наличным и безналичным способом.

- Выдавать покупателю его продукцию в упакованном виде (пластиковом пакете) и чек, проверять его содержание.

- Расставлять продукцию в закреплённом отделе в соответствии с внутренней программой «Требования к расстановке товаров в продуктивном магазине». Проверять их свежесть и нужное количество на полках каждые 2 часа.

- Принимать участие в подготовке продуктов к продаже: проверять наименование, количество, состояние, целостность, свежесть, соответствие описанию.

- Оформлять ценники и расставлять их у продуктов в закреплённом отделе.

- Оформлять рабочее место к приёму покупателей, поддерживать чистоту, проверять исправность техники до начала обслуживания.

- Обслуживать покупателей в соответствии со стандартными правилами вежливости: приветствовать, предлагать упаковку, проверять наличие карты лояльности, благодарить за покупку.

- Своевременно и оперативно (до 30 минут) уведомлять старшего сотрудника или начальника о возникновении проблем:

- с работой ККТ, включая считывание штрих-кода на определённой категории продукции;

- с приёмом и расстановкой товаров.

- Участвовать в плановой и внеплановой инвентаризации.

6.2 Виды материальной ответственности работников предприятия

Материальная ответственность может быть индивидуальной и коллективной.

Индивидуальная материальная ответственность означает, что за прямой действительный ущерб работодателю работник будет отвечать лично, своими деньгами.

ст. 238 ТК РФ

Прямой действительный ущерб — это:

Реальное уменьшение наличного имущества, например, потеря вверенной работнику вещи.

Ухудшение состояния имущества так, что работодателю пришлось потратиться на ремонт, восстановление или вообще купить новое имущество.

Ущерб, который работник нанес третьим лицам, а возмещать его пришлось работодателю.

Другие ситуации прямым действительным ущербом не являются. Поэтому, когда работодатель взыскивает ущерб с работника, он должен доказать именно факт из этого списка.

В трудовом кодексе сказано: упущенную выгоду с работника не взыскивают. Это значит, что, если из-за сломанного станка у работодателя сорвался контракт и он сколько-то не заработал, за это с работника ничего взять не получится. Упущенную выгоду можно взыскать только в рамках гражданско-правового договора.

Коллективная материальная ответственность. Работодатель может заключить договор о коллективной материальной ответственности сразу с несколькими работниками, которые занимают должности из списка должностей, для которых это разрешено. Тогда за нанесенный ущерб будет отвечать не конкретный человек, а понемногу каждый член коллектива.

ст. 245 ТК РФ

Если кто-то не захочет платить, ему придется доказывать свою невиновность в ущербе работодателя.

Договор о коллективной материальной ответственности можно заключить с работниками, которые вместе выполняют работы, и разграничить ответственность каждого невозможно. Классический пример такого договора — со складскими работниками. Если на складе выявится недостача, возмещать ущерб будет весь складской коллектив.

6.3 Обязанности работников предприятия по сохранению товарно-материальных ценностей и денежных средств

В торговых предприятиях сосредоточена огромная масса товарно-материальных ценностей. Сохранность этих ценностей является обязанность торговых работников.

Чтобы обеспечить сохранность товарно-материальных ценностей, их качество, необходимо проводить также следующие мероприятия: организацию охраны магазина, установление

системы материальной ответственности, соблюдение всех правил размещения, укладки товаров и ухода за ними.

Охрана магазинов. В нерабочее время она обычно возлагается на охранную фирму при органах милиции, с которым магазин заключает договор.

Согласно договору помещения магазина, должны быть подготовлены к сдаче сторожам: погашены источники света (кроме дежурного освещения); наиболее ценные товары убраны в сейфы, шкафы и т. д.; двери закрыты на прочные замки и опломбированы.

Представителем администрации вместе с материально ответственными лицами магазин сдается охране.

При этом ключи от магазина должны храниться у заведующего (директора) магазином, если он является материально ответственным лицом, а пломбир или печать - у заместителя заведующего или у одного из материально ответственных лиц.

Если заведующий магазином не является материально ответственным лицом, то у него хранится пломбир или печать.

Хранение ключей и пломбира (печати) у одного лица не допускается. Перед открытием магазина представитель администрации и материально ответственное лицо проверяют целостность замков, засовов и пломб.

При обнаружении поломки замков, засовов, срыва пломб и других признаков повреждения немедленно вызываются представитель вышестоящей организации и милиция. При выявлении хищений проводят инвентаризацию ценностей.

Размещение товаров на хранение. При правильном размещении товаров обеспечивается их сохранность, лучше используется емкость кладовых, оборудование, а также создаются удобства для работы.

7 Оценка соответствия помещений предприятия требованиям обеспечения качества и безопасности реализуемых товаров

Предприятие торговли, реализующее продовольственные товары и продукцию общественного питания, дополнительно к 6.2 должно соответствовать требованиям к предприятиям продовольственной торговли.

Электроустановки, монтируемые в здании и помещениях предприятий торговли, должны отвечать требованиям электробезопасности (ГОСТ 12.1.019).

Торговое оборудование должно соответствовать общим требованиям безопасности, установленным ГОСТ 12.2.003, и использоваться в соответствии с требованиями техники безопасности эксплуатационной документации завода-изготовителя.

Торговое оборудование предприятий продовольственной торговли должно быть сертифицировано в соответствии с Номенклатурой продукции и услуг (работ), подлежащих обязательной сертификации.

Предприятие торговли должно быть укомплектовано персоналом, соответствующим своему профессиональному назначению, прошедшему подготовку по соблюдению правил по охране труда и требований безопасности. Обслуживающий персонал предприятия торговли, реализующих продовольственные товары и продукцию общественного питания, должен пройти медицинский осмотр, гигиеническую подготовку и соблюдать правила личной гигиены в соответствии с требованиями, утвержденными Министерством здравоохранения Российской Федерации.

Освещение помещений предприятия торговли должно соответствовать установленным требованиям. Помещения должны иметь естественное и искусственное (рабочее, аварийное, дежурное) освещение.

Показатели микроклимата (температура, относительная влажность, вентиляция) в торговых помещениях должны соответствовать требованиям ГОСТ 12.1.005 и другим установленным требованиям.

Допустимый уровень шума в торговых помещениях, кроме объектов в мелкорозничной сети, должен соответствовать установленным требованиям.

При использовании взрывоопасного оборудования (баллонов для наполнения шаров и спортивных мячей газом, баллонов для торговых автоматов, изотермических емкостей для мелкорозничной сети и др.) должны соблюдаться требования ГОСТ 12.1.010.

Транспортирование товаров, погрузочно-разгрузочные работы должны осуществляться в соответствии с ГОСТ 12.3.002, ГОСТ 12.3.020 (раздел 3).

В рабочее время загрузка товаров и выгрузка тары должны осуществляться по путям,

не связанным с эвакуационными выходами покупателей, предусмотренными правилами пожарной безопасности.

Безопасность реализуемых товаров, в том числе продукции общественного питания, должна обеспечиваться при приемке товаров, хранении, подготовке к продаже и отпуске покупателю.

Приемка товаров должна осуществляться в соответствии со стандартами, техническими условиями, эксплуатационной и сопроводительной документацией на продукцию, а также инструкциями, Гражданским кодексом Российской Федерации, правилами. Необходимо контролировать наличие информации по ГОСТ 30390/ГОСТ Р 50763, ГОСТ Р 51074, ГОСТ Р 51087, ГОСТ 51121 на упаковке товаров и сопроводительных документах, в том числе:

- о сертификации - для товаров, подлежащих обязательной сертификации;
- о сроках годности - для товаров, у которых установлен срок годности.

Хранение товара должно осуществляться в соответствии с требованиями, установленными стандартами и техническими условиями на продукцию и правилами.

При исполнении услуги гарантированного хранения купленных товаров предприятие торговли, как хранитель по договору хранения, обязано хранить вещь, переданную ему другой стороной - покупателем, и вернуть эту вещь в сохранности.

Подготовка товара к продаже, в том числе через торговые автоматы и отпуск покупателю, должны производиться в соответствии с правилами продажи.

Упаковочный материал, применяемый при отпуске развесных пищевых продуктов, должен быть разрешен органами здравоохранения для контакта с пищевыми продуктами в соответствии с установленными требованиями.

Состояние и применение средств измерений, используемых при подготовке и отпуске товаров, должны соответствовать требованиям правил по метрологии.

При продаже товаров повышенного спроса руководитель предприятия торговли обязан принять дополнительные меры по обеспечению безопасности покупателей, в том числе ограничить доступ людей в торговый зал.

Заключение

Проходя практику в магазине «Сэйлор», расположенного по адресу г Уссурийск, с Новониколевск, ул Советская, зд. 4г. полученные мной в учебном процессе, я смогла применить на практике. Благодаря этой производственной практике я смогла повысить уровень своих знаний и приобрела навыки работы товароведа.

Научилась работать с такими документами, как накладные, прайс-листы, сертификаты. Работать товароведом – очень сложно, т.к. на нем лежит ответственность за качество товаров, за правильность заполнения документов.

При прохождении практики в магазине «Ассорти» я участвовала в приемке товаров по количеству и качеству, выкладке товаров, работала с накладными, сертификатами на поступающие в магазин товары, оформляла витрины. Хотелось бы порекомендовать магазину:

- более тщательно проверять качество товаров, для максимального удовлетворения спроса покупателей;
- пересмотреть цены на многие товары, т.к. стоимость товаров выше, чем в соседних продовольственных магазинах, что отрицательным образом влияет на большинство покупателей;
- усилить контроль за работой охранников, так как сумки сотрудников проверяются не тщательно.

В целом в магазине хорошая рабочая атмосфера. Между сотрудниками существует понимание, взаимное уважение, что сказывается на слаженности выполняемой работы.

Список используемых источников

1. Николаева, М.А. Товарная экспертиза [Текст]: учебник для вузов / М.А. Николаева. - М.: Деловая литература, 2019. - 288 с.
2. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация [Текст]: учебник / Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. - Изд. 2_е, перераб и доп.
3. Костина, Г.П., Башмакова М.М. Управление ассортиментом производимой продукции и его превентивное планирование с использованием методологии комплексного подхода и аналитического моделирования // Менеджмент в России и за рубежом. 2019. - №4. с. 123-130
4. Крылова, Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: Учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. 519 с.
5. Никитина, Т. Алгоритмы конкурентоспособности // Маркетолог. 2019. - №3. с. 25-29
6. Кругляков, Г.Н. Товароведение продовольственных товаров [Текст]: учебник / Г.Н. Кругляков, Г.В. Круглякова. - Ростов н/Д: МарТ, 2019. -448 с.
7. Матюхина, З.П. Товароведение пищевых продуктов [Текст]: учебник / З.П. Матюхина, Э.П. Королькова. - М.: ИРПО; Академия, 2019. - 272 с.
8. Николаева, М.А. Товарная экспертиза [Текст]: учебник для вузов / М.А. Николаева. - М.: Деловая литература, 2019. - 288 с.
9. «Гражданский кодекс» РФ часть 1,2. - М.: издательство «ЭЛИТ», 2020;
10. Закон «О защите прав потребителей» - М.: издательство «ЭЛИТ», 2019;
11. «Правила торговли» - М.: «Омега-Л», 2019.
12. «Методические материалы и учебное пособие для гигиенического обучения работников продовольственной торговли» - М.: Информационно-издательский центр Минздрава России, 2020;
13. Ф.Г. Панкратов, Серегина Т.К. «Коммерческая деятельность» учебник.- М.: Маркетинг, 2020.

Индивидуальное задание по производственной практике

Студентка Кузнецова Александра Владимировна
ФИО

обучающаяся на 1 курсе по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 108 часов в период с «03» июня 2023 г. по «23» июня 2023 г.
в организации ООО «Сэйлор» Приморский край, г. Уссурийск, с. Новоникольск, ул. Советская, 4 г

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Изучить характеристику предприятия	6
2	Провести анализ ассортимента торговой организации: - дать характеристику ассортимента - построить структуры ассортимента - рассчитать коэффициент рациональности - изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие ассортимент товаров - изучить базу данных по поставщикам и провести анализ работы с поставщиками	20
3	Провести идентификацию товаров (на примере конкретной ассортиментной группы) - указать ассортиментные признаки - рассмотреть сохраняющие качество - 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. - изучить наличие сертификатов на поступившие товары	10
4	Проанализировать размещение и выкладку товаров (на примере конкретной ассортиментной группы)	10
5	Выявить потребности в товаре (спроса), на примере одной ассортиментной группы - составить анкету - провести опрос покупателей - обработать результаты - разработать рекомендации по совершенствованию ассортимента	30
6	Изучить профессиональную деятельность продавца и его должностных обязанностей - ознакомиться с должностными обязанностями продавца - описать виды материальной ответственности работников предприятия - ознакомиться с обязанностями работников предприятия по сохранению товарно-материальных ценностей и денежных средств	10
7	Провести оценку соответствия помещений предприятия требованиям обеспечения качества и безопасности реализуемых	10

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Кузнецова Александра Владимировна

ФИО

обучающаяся на 1 курсе по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 108 часов в период с «03» июня 2023 г. по «23» июня 2023 г.

в организации ООО «Сэйлор» Приморский край, г.Уссурийск, с. Новоникольск, ул. Советская, 4 г.

наименование организации, юридический адрес

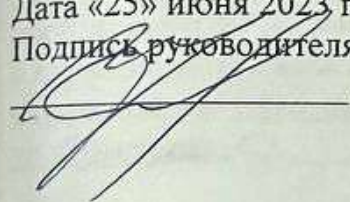
В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Коды формируемых компетенций	Вид работ	Оценка качества выполненных работ
	ОК 1	- изучение организации работы товароведов и кассиров на предприятии; - изучение видов и задач профессиональной деятельности	5
	ОК 2	- выполнение работ на своем участке; - сбор и анализ материалов для написания отчета по практике; - подготовка и защита отчета по практике	5
	ОК 3	- выполнение работ на своем участке; - выполнение поручений руководителя практики на предприятии	5
	ОК 4	- сбор первичной и вторичной информации из различных источников для решения профессиональных задач; - обработка и анализ профессиональной информации	5
	ОК 5	- ведение деловой коммуникацией, сбор информации с использованием электронных и интернет ресурсов	5
	ОК 6	- выполнение работ на своем участке; - выполнение поручений руководителя практики на предприятии; - сбор и анализ материалов для написания отчета по практике	5
	ОК 7	- выполнение поручений руководителя практики на предприятии; - сбор первичной информации путем опросов и наблюдения - подготовка и защита отчета по практике	5

	товаров и оказываемых услуг, создания условий для рационального выбора товаров потребителями.	
8	Написание отчета	12
Итого		108

Дата «25» июня 2023 г.

Подпись руководителя практики

 / Худякова С.К., преподаватель Академического колледжа

ДНЕВНИК прохождения производственной практики

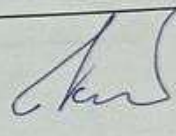
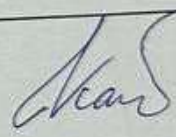
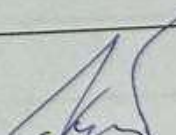
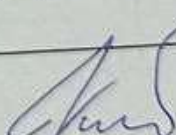
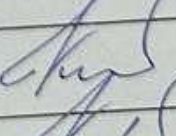
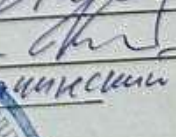
Студент Кузнецова Александра Владимировна
Фамилия Имя Отчество

Специальность 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
 Группа С-ТВ-20-1

Место прохождения практики ООО «Сейлор»

Сроки прохождения с «03» июня 2023 г. по «23» июня 2023 г.

Инструктаж на рабочем месте « 03 » 06 2023 г.
дата подпись Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
03.06.2023	Инструктаж по технике безопасности Общее знакомство с предприятием	4	
05.06.2023- 07.06.2023	Изучение ассортимента организации; Изучение потребительских и качественных характеристик товаров/услуг	4	
08.06.2023- 10.06.2023	Ознакомление с процедурой расчета товарных потерь в организации; Оценка и расшифровка маркировки образца товара	5	
12.06.2023- 14.06.2023	Ознакомление с нормативными правовыми актами, положениями, инструкциями, регулирующими реализацию товаров / услуг	4	
15.06.2023- 17.06.2023	Изучение условий и сроков хранения товаров; Изучение условий и сроков транспортировки товаров	4	
19.06.2023- 20.06.2023	Приобретение навыков правильной эксплуатации и обслуживания торговотехнологического оборудования.	4	
21.06.2023	Ознакомление с мероприятиями по контролю над соблюдением соответствия	5	
22.06.2023	Оформление отчёта практики	4	
23.06.2023	Дифференцированный зачет	4	

Руководитель

подпись

Ф.И.О.



ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики студентки

Студентка Кузнецова Александра Владимировна 1 курс С-ТВ-22
(ФИО студента) № курса/группы
проходил практику с 03 июня 2023 г. по 23 июня 2023 г. на
ООО «Сейлор»
название предприятия

За период прохождения практики студент посетил 18 дней, из них по уважительной причине отсутствовал 0 дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

Студент соблюдал трудовую дисциплину и правила техники безопасности. Отмечены нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности:

не обнаружено

Студент не справился со следующими видами работ:
не обнаружено

За время прохождения практики показал, что Кузнецова Александра Владимировна умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способна налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет хороший уровень культуры поведения, умеет работать в команде, высокая 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.

Ген. директор
Должность наставника/куратора

подпись



Кабачинский Ю.Б.
И.О. Фамилия