Содержание

Введение.

1. Характеристика торгового предприятия «Любимый»
2. Анализ ассортиментной политики торгового предприятия «Любимый»
3. Обеспечение качества и безопасности товаров реализуемых в магазине «Любимый»
4. Анализ состояния покупательского спроса в магазине «Любимый»
5. Организация торгово-технологического процесса магазина, отдела «Любимый»
6. Хранение и подготовка товаров к продаже в магазине «Любимый»
7. Анализ качества обслуживания покупателей в магазине «Любимый»
8. Информационное обеспечение торгового предприятия «Любимый»

Выводы и предложения

Список используемой литературы

Приложения

Введение

предприятие торговый товар качество

Торговля - очень важный и сильнейший фактор, влияющий на исторический процесс вообще и на жизнь общества в частности. Уровень развития торговли один из важнейших критериев оценки общего культурного уровня людей, и чем он выше, тем выше уровень торговых отношений между ними, она должна не только удовлетворять простейший спрос людей, но и соответствовать их требованиям по качеству и отвечать их вкусам. Торговля так же оказывает непосредственное воздействие на объём производства данного товара, его структуру и качество. Таким образом, в центре деятельности продавца лежит товар, его потребительская стоимость и ее изменение, которые надо учитывать при продаже товара, так как это влияет на соотношение спроса и предложения на него, т. е. на конъюнктуру рынка.

Производственную практику проходила в магазине «Любимый». Магазин расположен по адресу г.Новотроицк, ул. Уральская 25.

Основная деятельность магазина – реализация ассортимента продовольственных товаров.

Основная цель производственной практики заключается в закреплении и углублении теоретической подготовки и практических знаний, полученных в процессе обучения, совершенствование практических навыков, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности, формирование и развитие компетенций, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Данная цель поставила следующие задачи: закрепление теоретических знаний, полученных при обучении; приобретение необходимых практических навыков самостоятельной работы в области торгово-оперативного процесса; управление качеством товаров народного потребления; умение культурно и быстро обслуживать покупателей

1.Характеристика торгового предприятия «Любимый»

Наименование предприятия – продуктовый магазин «Любимый».

В магазине «Любимый» нет складских помещений и все товары хранятся в торговом зале, это не дает возможности применять в нем средства механизации трудоемких операций, что создает неблагоприятные условия труда для торговых работников, способствует понижению качества торгового обслуживания покупателей, предоставлению им дополнительных услуг.

В соответствии с ассортиментом реализуемых товаров, магазин является предприятием розничной торговли, реализующее как продовольственные так и не продовольственные товары универсального ассортимента, традиционный метод обслуживания.

Адрес предприятия: Оренбургская область, г.Новотроицк, ул. Уральская 25.

Организационно правовая форма собственности: частная, предприятие имеет собственника.

Форма торгового обслуживания – обслуживание через прилавок.

Деятельность магазина считается торгово-закупочной, товары закупаются оптом для реализации в розничную торговлю.

Режим работы магазина с 9:00-20:00 без обеда и выходных, одинаков для всех сотрудников магазина.

Данное предприятие реализует следующие товарные группы: свежие фрукты и овощи; мясные продукты; молочные продукты; консервированная продукция; бакалейные товары; хлебобулочные товары; кондитерские изделия; замороженные полуфабрикаты, корма для животных, алкогольная продукция, безалкогольные напитки, вкусовые товары, сухофрукты.

Основным видом деятельности предприятия является:

1) торговля, торгово-посредническая, посредническая и иная коммерческая деятельность;

2) закупка-продажа продовольственных товаров.

Рост прибыли на данном предприятии обуславливается следующими факторами

1) удовлетворение потребителя или пользователя услуг;

2) позиция на рынке, часто связанная с желанием рыночного лидерства;

3) условия благосостояния работающих на предприятии и развитие хороших отношений среди персонала;

4) публичная ответственность и имидж организации;

5) высокий уровень труда;

6) минимизация издержек и т.д.

В магазине «Любимый» нет складских помещений и все товары хранятся в торговом зале, это не дает возможности применять в нем средства механизации трудоемких операций, что создает неблагоприятные условия труда для торговых работников, способствует понижению качества торгового обслуживания покупателей, предоставлению им дополнительных услуг.

В соответствии с ассортиментом реализуемых товаров, магазин является предприятием розничной торговли, реализующее как продовольственные так и не продовольственные товары универсального ассортимента, традиционный метод обслуживания.

Располагается магазин в жилой зоне города в пределах пешеходной доступности и относится к магазинам местного значения. Он отвечает основному требованию культуры торговли - удобство для населения, которое может быть достигнуто, если соблюдены следующие условия:

- магазин максимально приближен к потребителю;

- комплексно расположен магазин с ассортиментом товаров, связанных общностью спроса, обеспечены условия рентабельной работы для торгового предприятия.

Директор предприятия «Любимый»:

1) имеет печать, фирменный бланк, товарный знак, эмблему и прочие реквизиты;

2) имеет право открывать расчетный и другие счета в учреждениях банков;

Директор магазина «Любимый» руководствуется следующими внутренними документами: свидетельство индивидуального предпринимателя, коллективный договор, положения об оплате труда, правила внутреннего трудового распорядка, трудовые договоры.

При приеме на работу в предприятие «Любимый» обращается особое внимание на наличие у работника среднего специального, или высшего образования. Любое высшее образование, помогает работнику общаться с покупателем на достойном уровне. Решение о приеме на работу принимается директором. После чего оформляются следующие документы:

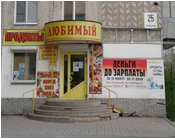
1) приказ о приеме на работу;

2) заключается трудовой договор;

3) договор о полной индивидуальной материальной ответственности;

4) обязательство о неразглашении и соблюдении конфиденциальности информации, составляющей коммерческую тайну;

5) запись в трудовой книжке.



2. Анализ ассортиментной политики торгового предприятия «Любимый»

Ассортимент - это достаточно большая совокупность товаров объединенных каким-либо общим признаком (сырье, назначение, производитель и пр.), различающихся друг от друга по другим признакам. Различают промышленный и торговый, простой и сложный, комбинированный и смешанный, развернутый и укрупненный ассортимент товаров.

Представленный на торговом предприятии ассортимент товаров определяет его тип (универмаг, универсам) и форму торгового обслуживания. Кроме того, в магазинах одного типа, но разной торговой площади, ассортимент будет отличаться по количеству групп и видов товаров. В этом случае торговые предприятия будут подразделяться на универсальные и специализированные, магазины с комбинированным и смешанным ассортиментом.

С учетом сложности различают простой и сложный ассортимент товаров.

Ассортиментная политика магазина ориентированна на следующие слои населения: по уровню доходов: высокий; средний; низкий. По возрастной группе: до 20 лет; до 50 лет; свыше 50 лет.

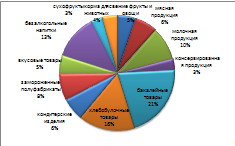
Любому предприятию известно, что его товары не могут удовлетворить потребности всех потребителей, так как потребители отличаются друг от друга запросами, привычками, поэтому необходимо остановиться на одной части сегмента рынка, которое оно в состоянии эффективно обслуживать, что и сделало торговое предприятие «Любимый».

Продуктовый магазин «Любимый» за несколько лет плодотворной работы зарекомендовал себя как с положительной так и с отрицательной стороны. Таким образом, с целью оценки качества и привлекательности некоторых товаров и торговых новинок в магазине регулярно проводятся акции и скидки, о которых заранее сообщаю покупателям.

У конкурентов контроль за качеством реализуемых товаров гораздо ниже. Зачастую у них можно заменить некачественный товар или товар с истекшим сроком реализации. В магазине «Любимый» такие случаи бывают исключительно редко и расцениваются как чрезвычайное происшествие.

Магазин «Любимый» предлагает покупателю большой ассортимент товаров – около 1 тысячи наименований.

Диаграмма 2.1 Товарные группы, реализуемые в магазине «Любимый» (%).



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

-обеспечение в магазине достаточной полноты товаров частого спроса, простого ассортимента, незаменяемых и трудно-заменяемых в потреблении и спросе;

- обеспечение достаточной широты видов товаров по каждой группе и подгруппе товаров;

-установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.

Ассортимент продовольственных товаров расширяется в основном за счет овощей, фруктов, а также замороженных продуктов. Основные направления в области формирования ассортимента магазина «Любимый» - это сокращение и расширение ассортимента, а так же его обновление и совершенствование.

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

Ассортимент исследуемого мною предприятия не остается неизменным, постоянно появляются товары-новинки.

С этой целью проводится изучение покупательского спроса, выявляются те востребованные товары, которые не представлены в ассортименте./

В то же время, те товары, которые перестают пользоваться спросом, исключаются из ассортимента или заменяются востребованными товарами данной товарной группы, таким образом, происходит постоянное обновлениеассортимента в магазине «Любимый».



3. Обеспечение качества и безопасности товаров реализуемых в магазине «Любимый»

Качество - это совокупность свойств товара, которые делают его пригодным к употреблению.

Качество товаров в магазине «Любимый» соответствует органолептическим показателям:

- цвет свойственный данному виду;

- консистенция свойственная, без посторонних примесей и включений;

- вкус и запах свойственный без посторонних привкусов и запахов.

Сохранение качества товара зависит от упаковки и состояния тары, от условий и сроков транспортирования, хранения и реализации.

В данном магазине имеются технические документы и стандарты, подтверждающие качество реализуемой продукции (сертификат соответствия, гигиенический сертификат). Все товары в магазин поступают своевременно, с учетом срока реализации и имея сертификат качества.

Объединенная проба- это проба, состоящая из совокупности точечных проб. В любой партии товарной имеются единичные экземпляры с высокими, средними и низками показателями качества. Для того чтобы проба обладала определенной степенью достоверности необходимо выполнять данные требования:

- оптимальность размера пробы;

- представительность пробы;

- единообразие операции подбора проб.

Градации качества - это категория или разряд присвоенная различными требованиям к качеству продукции, процессов или систем имеющих тоже самое функциональное применение.

Приемочное число - максимально допустимое количество забракованных единиц выборки или объединенной пробы, или исходного образца.

Позволяющее принять решения о приемке товарной партии по качеству.

Браковочное число - минимально допустимое количество забракованных единиц объединенной пробы или исходного образца, являющиеся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству.

Партию принимают, если количество единиц, не отвечающие требованиям НД, меньше или равно приемочному числу, и бракуют, если оно больше или равно браковочному числу. Приемочное и браковочные числа зависят от массы нетто упаковочных единиц или их количества.

Одной из разновидностей несоответствий являются дефекты товаров.

Дефекты- это отсутствия одной или нескольких характеристик качеств товаров. Причиной возникновения дефектов служат

- нарушения правил эксплуатаций и хранения;

- проявления скрытых технологических или пред реализационных дефектов.

В магазине «Любимый» дефектные товары в реализацию не поступают, а товары которые имеют незначительные дефекты продаются по более сниженным ценам.

В магазине имеются правила безопасной эксплуатации, которые изложены в соответствующих инструкциях, нормах входящих в комплекс информации, обязательно доводимой до сведения потребителей. Так же в магазине есть сертификаты о соответствии качества товаров, Удостоверение качества, ветеринарные свидетельства.

Безопасность пищевых продуктов должна вселять уверенность в том, что при их использовании в обычных условия безвредны и не представляют угрозы для здоровья, надежны даже при хранении.

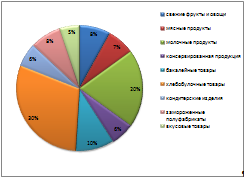
Мясные и рыбные товары имеют сертификаты качества. Это говорит о том, что продукция прошла лабораторные исследования на отсутствие вредных для человека составляющих, она безопасна и готова к употреблению. Проходя практику в магазине «Любимый» я проверяла продукты по срокам годности. При проверке обнаружила кисломолочные изделия с истекшим сроком, после чего был составлен акт на недоброкачественный товар и был снят с продажи.



4. Анализ состояния покупательского спроса магазина «Любимый»

Покупательский спрос - отражение потребностей потребителей в том или ином товаре, работе, услуге, сопоставимости желания и возможности приобрести данный товар, работу, услугу. Это довольно сложное явление, которое складывается из различных элементов с определенными социальными, экономическими, демографическими и региональными особенностями. Это дает возможность дифференцировать спрос по определенным признакам, что облегчает его регулирование. В магазине «Любимый» был проведен анализ покупательского спроса с помощью опроса и наблюдения. Опрос и наблюдение проводились в течении недели. С помощью опроса выяснилось что постоянными покупателями являются женщины в возврате от 31 до 50 лет.

Диаграмма 4.1 Спрос на товары



В исследуемом магазине на первом месте хлебобулочные товары, после идут молочные товары. Самым низким спросом пользуются вкусовые товарыю При наблюдении было выяснено, что наиболее частым спросом пользовались товары повседневного спроса. Мною был проведен опрос покупателей магазина «Любимый». С помощью этого опроса я выявила как часто приобретают безалкогольные напитки; факторы, влияющие на выбор места покупки безалкогольных напитков; наиболее популярные места покупки; так же предпочтения потребителей.

Результаты и анализ опроса:

Диаграмма 4.2 Покупательские предпочтения при выборе безалкогольных напитков

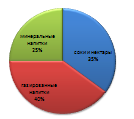


Диаграмма 4.3 Покупательские предпочтения при выборе вида упаковки безалкогольных напитков.



Диаграмма 4.4 Частота потребления безалкогольных напитков

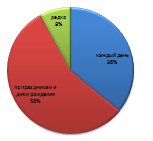
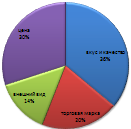


Диаграмма 4.5 Покупательские предпочтения при покупке безалкогольных напитков.



По данным диаграммы, следует, что покупатели обращают больше внимания на качество и цену товара. В качестве других важных критериев выбора при покупке безалкогольных напитков, потребители, прежде всего, называют , внешний вид, торговую марку продукции. Фактором, не влияющим на выбор безалкогольных напитков является – вид упаковки.

Отсюда вывод, что спрос на самый потребляемый продукт в мире зависит от нескольких факторов, таких как: личные предпочтения потребителей, полезность продукта его качество, показатели ассортимента магазина, отдаленность магазина, цена.



5. Организация торгово-технологического процесса магазина «Любимый»

Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой совокупность взаимосвязанных и последовательных операций, обеспечивающих доведение товаров до конечных потребителей с полным сохранением качества при наименьших затратах труда и высоком уровне торгового обслуживания.

Порядок завоза товаров один раз в неделю основных групп. График завоза товаров не нарушается, и товар поступает в магазин своевременно.

Основанием для завоза товаров в магазин служит заявка. Она составляется по установленной форме. В ней указывают наименование товаров и основные их ассортиментные признаки (вид, сорт и т.д.), требуемое количество товаров. На практике принимала участие в составление заявки на поступление товаров молочной группы, где указывала: наименование, цена, количество, сумма по каждой позиции.

Значительная часть товаров заводится в магазин с оптовых предприятий. Такие товары, как хлеб и хлебобулочные изделия, молочные и мясные продукты и некоторые другие товары повседневного спроса, поступают в магазин непосредственно с производственных предприятий - хлебозаводов, пищекомбинатов и т.п.

Производственные предприятия располагают широким ассортиментом и конкурентными ценами.

Товары сложного ассортимента (импортные товары, и те которые произведенные в других городах) завозят в магазин со складов оптовых торговых баз. В магазин товары поступают с заготовительных предприятий, а также от лиц, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью.

Приемка товаров по качеству проводиться на основе документа, подтверждающего качества или (и) путем проверки качества товара в мете приемки. Основным документом, подтверждающим качество, является сертификат соответствия. Также документами, подтверждающими качество, является удостоверение о качестве и для ряда товаров - ветеринарное и санитарно-эпидемиологическое заключение. В удостоверении о качестве указываются дата изготовления товара, условия хранения и сроки годности. Также оно может содержать результаты анализов, проведенных при органолептической и лабораторной оценке качества.

Для продовольственных товаров обязательной при приемке является проверка сроков годности; товары с истекшим сроком годности являются некачественными.

Я так же принимала участие в приемке товаров по количеству и качеству от различных поставщиков. Проверяла целостность упаковки, маркировки, фактическое наличие и сверяла с данными сопроводительных документов.

Если вдруг согласно сопроводительных документам указано n-ое количество, а фактически поступило меньше указанного, то составляется претензия поставщику.

Во время прохождения практики таких случаев не наблюдалось



6. Хранение и подготовка товаров к продаже в магазине «Любимый»

В магазине «Любимый» складские помещения отсутствуют и товар хранится непосредственно в торговых помещениях магазина. Для того чтобы персонал магазина знал условия хранения конкретного товара и контролировал сроки годности, в магазине используются ярлыки, которые прикреплены на коробы и тару. На ярлыке указывают наименование товара и наименование стандарта на данный товар, сроки годности и условия хранения

Режим хранения в магазине обеспечивает сохранение количества и качества товара.

Практически все товары следует хранить в темноте. Под действием света ускоряется прогорание жиров, обесцвечиваются окрашенные продукты (крупа, вина, коньяки и т.п.). Овощи прорастают, а картофель помимо этого, зеленеет.

Упаковка предохраняет их от повреждения, загрязнения, заражения микроорганизмами их от повреждения, загрязнения, заражения микроорганизмами, увлажнения или усыхания. В качестве упаковочных материалов используют бумагу, картон, фольгу, целлофан, полимерные материалы (полиэтилен, полистирол и другие) стекло, дерево, металл, текстиль.

Сущность хранения - создать условия, при которых снижается или полностью устраняется влияние на продукт микроорганизмов, ферментов, внешней среды и других факторов, в результате чего сохраняется качество продукции. При создании оптимального условия хранения учитывается температура и влажность воздуха, освещенность помещений, упаковка и размещение товаров в складских помещениях.

С понижением температуры замедляются процессы, проходящие в продуктах, и деятельность микроорганизмов. Поэтому температура выше +20°С нежелательная почти для всех продуктов. Однако оптимальная

температура хранения неодинаковая для различных товаров. Так, бакалейные и кондитерские товары (кроме тортов) рекомендуется хранить при температуре 18°С . Молочные продукты, колбасы, яйца, плоды и овощи - при 0…6°С. Замороженные продукты должны храниться при температуре -8°С и ниже.

При слишком высокой относительной влажности воздуха товары увлажняются, плесневеют, а при слишком низкой - усыхают. Рекомендуемая влажность воздуха для хранения продуктов с низким содержанием воды (бакалейных, кондитерских) - не более 75%, а для продуктов, содержащих много воды (плоды, овощи, рыба, сыры, мясо) - 85…90%. Правильная укладка товаров предохраняет их от механических повреждений, обеспечивает вентиляцию воздуха и дает возможность механизировать работы.

Запрещается складировать товары непосредственно на полу. Товары укладывают или на стеллажах, или на поддонах (подтоварниках) штабелями. При укладке товара в штабель учитывают его высоту в зависимости от свойств товара и вида применяемой тары. Для некоторых товаров (мясных туш, крупной рыбы) используют специальные крюки.

При размещении товаров необходимо соблюдать товарное соседство. Запрещается хранить совместно:

- товары с разными режимами хранения(например, охлажденное и мороженое мясо);

- товары, сильно пахнущие и легко поглощающие запах (например, рыбу и сливочное мясо);

- продукты сырые т готовые к употреблению (например, мясо и колбасные изделия).

Обязательным условием для хранения продовольственных товаров является санитарное состояние хранилищ. Помещения должны быть чистыми и хорошо вентилируемыми.

К моменту открытия магазина торговый зал, торговое оборудование и товары всегда подготовлены к продаже. Подготовка товаров к продаже осуществляется в подсобных помещениях, но и в торговом зале, до начала рабочего дня.

До подачи в торговый зал товары в данном магазине освобождаются от тары и оберточных материалов. Загрязненные и запыленные поверхности коробок, банок, бутылок протираются.

Продавец производит проверку качества товаров по внешним признакам, наличия необходимой документации на товары, осуществляет отбраковку и сортировку товаров.

Отдельные виды товаров разделываются, нарезаются, фасуются.

Подготовка к продаже предусматривает оформление и снабжение товаров ценниками, единообразно и четко оформленными. Ценники заверены подписью и печатью, также на ценнике есть дата оформления. В магазине «Любимый» на ценниках указаны следующие реквизиты: наименование товара, цена за 1 кг или 100г. Для штучных и расфасованных товаров указывают наименование товара, вес упаковки и ее цену. Все реквизиты нанесены четко, разборчиво, без исправлений.

Выкладывают товар в магазине по следующим принципам:

-товар размещают так, чтобы каждый предмет был отчётливо виден;

-новые товары выставляют на самых видных местах;

-полки и стеллажи не перегружаться товарами;

-товары легко доставаться с полки или витрины;

-товары массового спроса выкладываться на одном и том же месте;

-не выкладываются разнотипных товаров один на один, в стопку и т. п.;

-товар выкладываться этикеткой в сторону покупателя.

Основные принципы выкладки товара в магазине:

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

Классические правила выкладки - наличие ценников, чистота и прочее.

В магазине «Любимый», я обнаружила следующие нарушения по хранению: товар хранится непосредственно на полу и нет специализированных помещений для складирования товара. Температура и относительная влажность воздуха не соответствуют каждой группе товаров.



7. Анализ качества обслуживания покупателей в магазине «Любимый»

Одним из основных показателей, характеризующих процесс обслуживания покупателей, является уровень обслуживания покупателей.

Все покупатели обслуживаются на общих основаниях. Запрещена продажа алкогольных напитков, пива, табачных изделий лицам, не достигшим возраста 18 лет.

В магазине используется метод продаж , как традиционный. Покупатель делает продавцу заказ на определенный товар.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в магазине составляются операции непосредственно обслуживания покупателей, к которым относятся:

- встреча покупателей и выявление спроса;

- предложение товара, показ, консультация;

- предложение взаимозаменяемых новых товаров;

-приготовление покупки;

- расчет с покупателями и вручение покупки.

В магазине «Любимый» продавец осуществляет работу эффективно, обслуживание сопровождается внимательным вежливым отношением продавца с покупателями.

Во время прохождения практики никаких жалоб от покупателей не поступало.

В магазине все установленные требования соблюдаются:

- требования безопасности;

- охрана окружающей среды;

- функциональной пригодности;

- эргономика;

- эстетика;

- технологичности;

- наличие медицинских книжек.

Государственный контроль за соблюдением санитарно-гигиеническим состоянием, техническим и состоянием оборудования магазина осуществляется следующим органами: Санэпидемстанцией, Роспотребнадзором и налоговой инспекцией.

Для успешного функционирования торгово-технологического процесса в магазине «Любимый», необходимо проводить глубокий анализ его коммерческий деятельности в зависимости от постоянно меняющейся рыночной среды.



8.Информационное обеспечение торгового предприятия «Любимый»

Реклама создает условия для сбыта товаров, формированию потребностей и спроса населения, особенно на новые товары, что имеет огромное значение для магазина. По мере расширения и углубления сферы рыночных отношений, значение рекламы, как одного из действенных и полноправных элементов маркетинга, будет возрастать.

Информационное обеспечение магазина «Любимый» включает в себя:

-внешний вид;

-оформление витрины;

-внутреннее оформление магазина;

-планировка магазина;

-использование указателей товаров;

-поведение торгового персонала;

-виды товаров и их раскладка;

-уровень цен.

Над входом магазина «Любимый» расположена вывеска, прикрепленная на фасад здания. Большую роль играет также наружное освещение магазина. В вечернее время суток вся территория освещается светом за счет световых коробов. Информация на двери у входа висит в виде рекламы скидок и акций, новинок, также на дверях висит плакат с графиком работы магазина.

Задачи торговой рекламы являются:

- стимулирование спроса и формирование потребностей населения;

- освоение и расширение рынка сбыта товаров;

- ускорение товарооборачиваемости, достижение сбалансированности спроса и предложений;

- формирование культуры потребления и развития эстетических вкусов населения.

Важную информацию для потребителей составляет маркировка товаров на упаковке.

Торговая маркировка - это условное обозначение, наносимые на упаковку товара







Выводы и предложения

Проходя преддипломную практику в магазине «Любимый» знания, полученные мной в учебном процессе, я смогла применить на практике. В процессе преддипломной практики ознакомилась с магазином «Любимый», изучила нормативную документацию, документы удостоверяющие качество товаров.

Актуальность прохождения преддипломной практики заключается в закреплении и усовершенствовании навыков по профессии товароведа.

Преддипломная практика началась с вводного инструктажа, изучения требований к организации определенного рабочего места, ознакомления с санитарно-гигиеническими нормами и безопасность работы. Далее осуществлялось знакомство с направлением деятельности магазина «Любимый».

Место расположения магазина очень удобное и выгодное, так как расположен он рядом с жилыми домами напротив автобусной остановки благодаря чему, магазин можно легко заметить. Так же, плюсом этого магазина является доступность цен, и в связи с этим, данный магазин подходит для населения как со средним, так и с высоким достатком. При прохождении преддипломной практики в магазине «Любимый»:

- участвовала в приемке товаров;

- работала в сопроводительными документами;

- наблюдала за работой с оборудованием;

- принимала участие в выкладке товаров;

- участвовала в работе с поставщиками и потребителями;

- отбирала пробы и выборки из товарной партии.

В магазине «Любимый» продукты закупаются в небольшом количестве и быстро реализуются, поэтому здесь всегда свежие и качественные продукты. Предприятие отвечает техническим, санитарным и противопожарным требованиям.

Хотелось бы порекомендовать магазину:

- увеличить площадь магазина;

- расширить ассортимент;

- увеличить рекламно- информационные средства.

Анализируя деятельность магазина можно сказать, что предприятия успешно реализует планы и достигает поставленной цели.

Список используемой литературы

1. Н.В. Гранаткина «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами», 2013 год

2. О.В Памбухчиянц «Технология розничной торговли», 2012 год

3. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей».

4. Федеральный закон РФ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

5. Т.И Николаева «Теоретические основы товароведения».

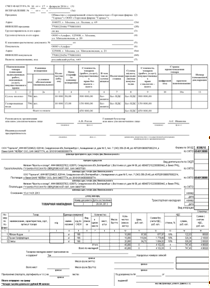
6. http://www.znaytovar.ru/

7. http://forum.fse.ms/

8. http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0037/

9. http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/assortiment-tovara.html

Приложения





Размещено на Allbest.ru