

**Презентация к  
письменной  
экзаменационной  
работе по теме:  
«Технология  
розничной торговли  
средствами для  
чистки»**



Подготовил: Политов Николай Александрович

Группа 347

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы

письменной экзаменационной работы очевидна, так как ассортимент товара данной группы пользуется устойчивым спросом, растущий за счет использования новых технологий производства и, появления новых товаров.

Цель работы является проанализировать ассортимент чистящих средств, на примере работы отдела по продаже чистящих средств, розничного магазина «Рубль бум» г. Пенза.



# СВЕДЕНИЯ О МАГАЗИНЕ



Магазин «Рубль Бум»- И. П.Быков Александр Анатольевич. Находится по адресу: г. Пенза улица Московская 100.

*Режим работы:* с 09.00 до 21.00 без выходных и без перерыва на обед.

*Ассортимент* товаров: моющие и чистящие, парфюмерно-косметические товары.



# ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА. ИСХОДНОЕ СЫРЬЕ И ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА.

Все чистящие средства, в первую очередь, это сильнодействующие химикаты. Товары бытовой химии.

Стандартный состав любого чистящего средства следующий:

- абразивы;
- поверхностно-активные вещества;
- Нередко в основе чистящих средств могут быть и различные кислоты, органические растворители и щелочи. Абразивы в свою очередь делятся на: крупные; мелкие. В качестве абразивов чистящие средства могут содержать: ; пемзу; кварцевый песок, мел и др. Дезинфицирующие средства включают в себя еще и хлор.



# КЛАССИФИКАЦИЯ

К группе чистящих средств отнесены средства ухода за санитарно-техническим оборудованием ванн и туалетных комнат, кухни и кухонным оборудованием.

- 1. По классификации
  - - универсальные средства для чистки ванн, раковин, унитазов, керамики, эмалированных поверхностей
  - - средства для чистки унитазов
  - - средства для чистки оконных стекол
  - - средства для очистки обивки мебели, ковров, изделий из ворсовых тканей.
- 2. По составу порошкообразные, жидкие, гелевые . В большем процентном соотношении представлены именно жидкие средства, так как потребитель считает их более экономичными, чем порошкообразные средства.
- 3. Товары данной группы фасуют в различные виды тары, в данном случае преимущественно в полимерные флаконы с головкой дозатором, или если это порошкообразный состав, то с перфорированной крышкой, для удобства пользования.



# СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА

1. Средства для чистки унитазов (**Cillit Bang Lime and Rust** Туалетный гель, Туалетный утенок активный 5 в 1 гель, **Domestos 100%** Грин/Пинк, **Comet 7** дней чистоты для унитаза).
2. Универсальные средства для чистки ванн, раковин, унитазов, керамики, эмалированных поверхностей (**CillitBang**, **AmwayHome LOC** для ваннх комнат, **Пемолукс Сода 5** порошок).
3. Средства для чистки и мытья посуды (**AOS** антибактериальный, **Fairy**, **Sorti**, Ушастый нянь гель, **Amway DISH DROPS**, **Пемолукс**).

4. Средства для чистки газовых и электрических плит, холодильников и других кухонных бытовых приборов (Гель для чистки кухонных плит **Sanita**).
5. Средства для чистки обивки мебели, ковров, изделий из ворсовых тканей. («Золушка», **Vanish** шампунь для ковров, **Flat**).
6. Средства для чистки оконных стекол, зеркал, стеклянной посуды (**Help**, **Мистер Мускул**).



# ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ



- **Чистящие средства должны иметь:**
  - - определенный состав;
  - - консистенцию;
  - - цвет;
  - - запах;
  - - полностью соответствовать назначению.
- однородными;
- **порошкообразные средства должны быть:**
  - - без комков;
  - - без посторонних примесей;
  - - не должны оставлять следы на очищенной поверхности.
- **Жидкие средства должны быть:**
  - - установленного цвета;
  - - без осадка.
- Средства в аэрозольной упаковке должны быть в герметичной упаковке.



# МАРКИРОВКА, УПАКОВКА, ХРАНЕНИЕ

- Маркировка должна содержать следующие данные:
  - - наименование
  - - обозначение нормативной или технической документации на средство;
  - - наименование страны и предприятия изготовителя с указанием юридического адреса, номера телефона, товарного знака;
  - - состав;
  - - способ применения
  - - меры предосторожности
  - - условия хранения
  - - массу нетто или объем
  - - срок годности: условия хранения
  - - информацию о сертификации;
  - - штриховой код продукции (при его наличии).



# ИСТОЧНИКИ ПОСТУПЛЕНИЯ

Под источниками поступления товаров понимают звено в системе товародвижения, их которого они поступают в магазины.

Средства для чистки в магазин поступают с:  
Торговый дом «Сияние чистоты», Россия, г. Москва,  
Сигнальный проезд 16



# ПРИЕМКА ТОВАРА ПО КОЛИЧЕСТВУ И КАЧЕСТВУ

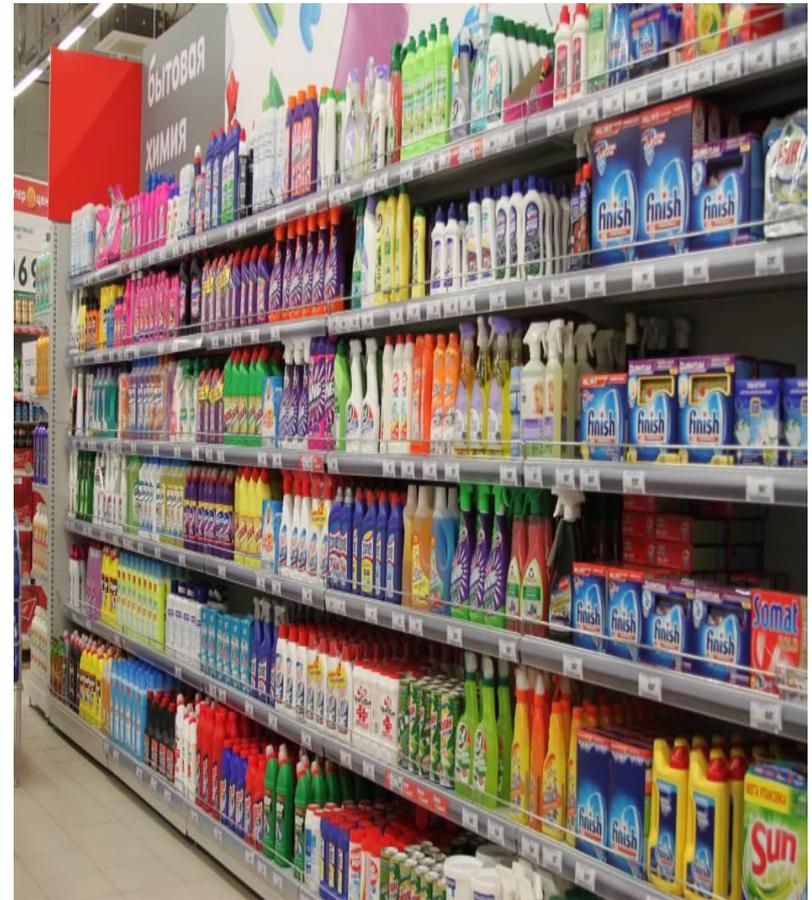
Все товары, поступающие в розничные торговые предприятия от поставщиков - оптовых или промышленных организаций, проверяются работниками, на которых возложена ответственность за сохранность товаров. При приемке проверяется соответствие количества, качества, сопроводительные документы, состояние тары, упаковки, маркировка товаров и тары. Товаровед, занимающиеся приемкой товаров, должны хорошо знать все нормативные акты и руководствоваться ими. Сначала необходимо проверить наличие сопроводительных документов: накладной, в которой указаны наименование товара, количество, цена, общая сумма; счета-фактуры, в нем кроме перечисленных данных приведены торговые скидки и стоимость тары; транспортной накладной; упаковочных ярлыков.



# III АБИЛА III ОДАЖИ И ОБМЕНА

Процесс продажи состоит из следующих основных операций:

- - встреча покупателя и предоставление ему необходимой информации о реализуемых товарах, оказываемых услугах и т.д.;
- - получение покупателем инвентарной корзины или тележки для отбора товаров;
- - самостоятельный отбор товаров покупателем и доставка их в контрольно-кассовый узел расчета;
- - подсчет стоимости отобранных товаров и получение чека;
- - оплата купленных товаров;
- - упаковка приобретенных товаров и укладка их в сумку покупателя;
- - возврат инвентарной корзины или тележки для отбора товаров на место их концентрации.
- Кроме этого в перечень этих операций включена помощь продавца-консультанта (его консультация), например, при покупке лакокрасочных изделий.
- У входа в торговый зал организованы места для хранения сумок, портфелей и т.д.



- **Чистящие средства  
обмену и возврату не  
подлежат.**



# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

*Проведя исследования ассортимента чистящих средств в магазине, мы сделали следующие выводы:*

- Большая доля ассортимента чистящих средств приходится на производителей России.
- *В магазине большую часть ассортимента занимают :*
  - - универсальные средства для чистки ванн, раковин, унитазов, керамики, эмалированных поверхностей
  - - средства для чистки унитазов
  - - средства для чистки оконных стекол
  - - средства для очистки обивки мебели, ковров, изделий из ворсовых тканей.
- Наибольшим спросом пользуются универсальные чистящие средства, поэтому выбор данного вида товара больше, чем всех других..
- широта ассортимента недостаточна для удовлетворения спроса потребителя;
- полнота ассортимента не соответствует ассортиментному требованию данного магазина, следовательно, спрос покупателей удовлетворяется не полностью;
- ассортимент чистящих средств устойчив, но коэффициент новизны очень мал



# ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ТОВАРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В МАГАЗИНЕ

Основные пути совершенствования объема продаж чистящих средств, а именно:

1. Распространять буклеты, листовки;
2. Наличие широкого ассортимента;
3. Проводить опрос покупателей;
5. Создание максимальных удобств для покупателя;



Спасибо за  
внимание!

Подготовил: Политов Николай Александрович  
Группа 347

