

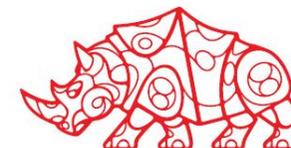
НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»
Колледж «Синергия»
Кафедра Коммерции и торгового дела

ОТЧЕТ
о прохождении производственной практики
(по профилю специальности)

по профессиональному модулю **ПМ.03** Управление ассортиментом, оценка качества
и обеспечение сохраняемости товаров
в период с «**04**» апреля **2022г.** по «**17**» апреля **2022г.**

Специальность **38.02.04** Коммерция (по отраслям)

ФИО обучающегося:
Группа:
ФИО Руководителя:



Содержание

I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

II. Исследовательско-аналитическая часть. Сбор информации об объекте практики и анализ источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием

2.2. Характеристика ассортиментной политики

2.3. Изучение классификации, ассортимента и основных торговых марок группы однородных товаров

2.4. Исследование условий, сроков хранения, транспортирования продукции

2.5. Оценка санитарно-гигиенических требований к товарам и их упаковке

2.6. Изучение дефектов товаров, товарных потерь, причин их возникновения и мероприятий по снижению потерь товаров

2.7. Анализ товарно-сопроводительных документов

2.8. Изучение нормативно-технической документации

III. Проектно-экспериментальная часть. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД 3. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров

3.1. Оценка маркировки образцов потребительских товаров

3.2. Оценка качества образцов потребительских товаров

3.3. Анализ основных причин товарных потерь в торговой организации

3.4. Перевод внесистемных единиц измерений в системные

IV. Заключение



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

Производственная практика проходила в организации ООО «Ашан» , в отделе продаж, на должности менеджер по продажам в период с «04» апреля 2022 г. по «17» апреля 2022 г.

Компания зарегистрирована по адресу: 141014, Московская область, городской округ Мытищи, город Мытищи, Осташковское шоссе.

Основным видом деятельности компании является производство и реализация продовольственных и непродовольственных товаров

Руководителем практики от компании (магазина) назначена А. В. Белякова

На первом инструктивном совещании был проведен вводный инструктаж, обговорены сроки и условия прохождения производственной практики.



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

Auchan Retail – крупная торговая сеть, представленная в 17 странах мира. Ее история начинается в 1961 году, когда Жерар Мюлье открыл свой первый магазин в городе Рубе (север Франции).

АШАН Ритейл Россия – российское подразделение Auchan Retail. Первый гипермаркет АШАН открылся в России 28 августа 2002 года в Мытищах. Именно тогда началась новая эпоха в современной торговле. Это был новый незнакомый формат для российского клиента: просторные светлые магазины, гигантские полки с тысячами продовольственных и непродовольственных товаров, огромные тележки. С декабря 2015 года после изменения структуры АШАН Ритейл Россия (ООО «АШАН», ООО «АТАК» и другие дочерние компании в России) объединила четыре формата: классические гипермаркеты АШАН, суперсторы АШАН Сити, супермаркеты АТАК и АШАН Супермаркет.

На сегодняшний день АШАН Ритейл Россия – один из лидеров российского рынка, победитель рейтинга розничной торговли «ТОП-200», организованного НТА и ТПП РФ, обладает международными сертификатами качества в области производства и реализации продовольственных и непродовольственных товаров, а также сертификатом качества системы экологического менеджмента.



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

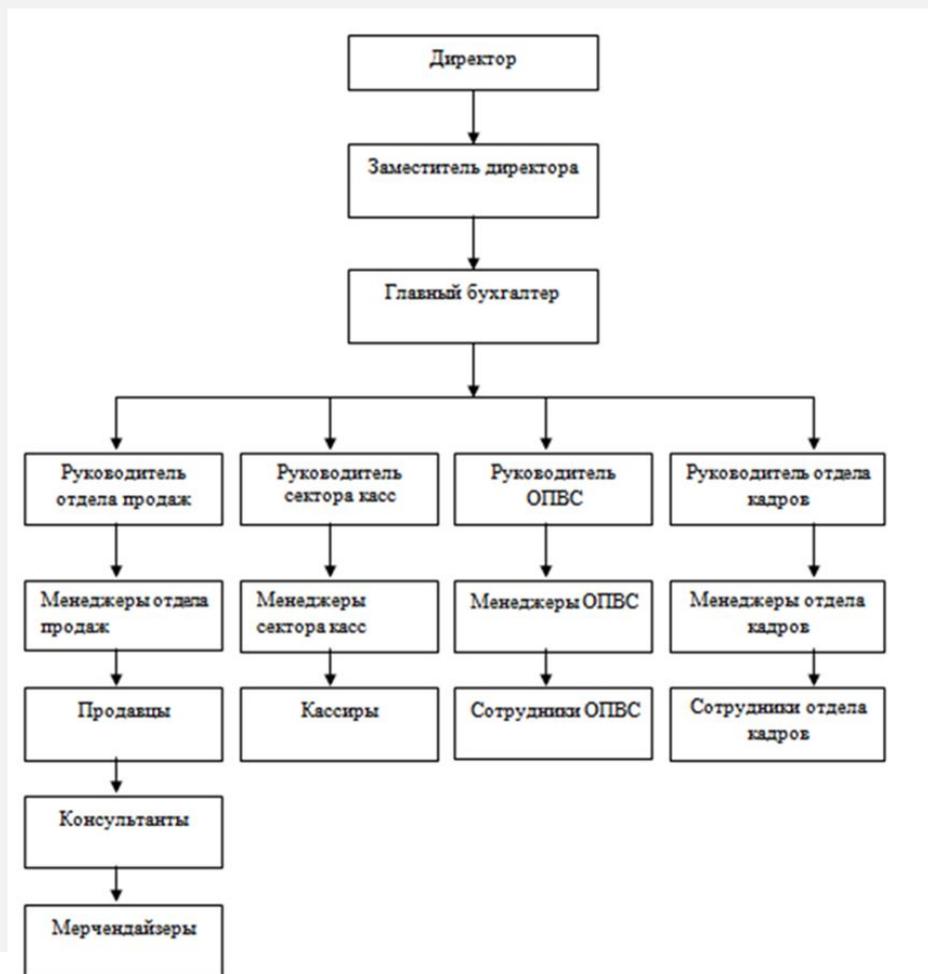


Рисунок 2. Организационная структура ООО "Ашан"



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

ООО "Ашан" ИНН 7703270067 ОГРН 1027739329408 зарегистрировано 14.05.2001 по юридическому адресу 141014, Московская область, городской округ Мытищи, город Мытищи, Осташковское шоссе.

Средняя торговая площадь магазина «АШАН» – около 11 000 кв. метров.

Придерживается линейной организационной структуры управления, что так же несет в себе ряд преимуществ, таких как:

- ✓ четкая система взаимных связей функций и подразделений;
- ✓ четкая система единоначалия : один руководитель сосредотачивает в своих руках руководство всей совокупностью процессов, имеющих общую цель;
- ✓ ясно выраженная ответственность;
- ✓ быстрая реакция исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящих.
- ✓ согласованность действий исполнителей;
- ✓ оперативность в принятии решений;
- ✓ простота организационных форм и четкость взаимосвязей;
- ✓ Магазины сети открыты ежедневно и работают без перерывов.



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

Менеджер по продажам должен:

- Выполнять план по товарообороту
- Расширять клиентскую сеть и обеспечивать максимальное присутствие продукции на рынке
- Обеспечивать и контролировать позиционирование бренда
- Анализировать, прогнозировать, планировать продажи
- Выявлять и удовлетворять потребности клиента, быть полноценным представителем компании
- Грамотно готовиться и проводить переговоры с клиентами
- Отстаивать позицию компании, следовать корпоративной политике



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

- 1. ПРОФЕССИОНАЛИЗМ – знание и применение технологии продаж, соблюдение корпоративных стандартов и правил, способность анализировать свою деятельность и совершенствовать технологии работы
- 2. ОРИЕНТАЦИЯ НА РЕЗУЛЬТАТ – способность добиваться результата, ставить высокие цели, находить и реализовывать способы их достижения
- 3. ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ – умение находить и внедрять нестандартные эффективных решений, гибко и активно их реализовывать
- 4. ОРИЕНТАЦИЯ НА КЛИЕНТА – умение легко устанавливать контакт и налаживать отношения, выявлять и удовлетворять потребности клиента, следить за соблюдением его интересов
- 5. ПОЗИТИВНЫЙ НАСТРОЙ – умение создать внутренний положительный настрой на работу, вера в успешность бренда и компании, реализованные в работе с клиентом
- 6. КОММУНИКАЦИЯ И УБЕЖДЕНИЕ – умение ясно и четко формулировать мысли, аргументировать свою точку зрения, оказывать влияние на мнение и действия других
- 7. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ – умение самостоятельно принимать решения в



II. Исследовательско-аналитическая часть.

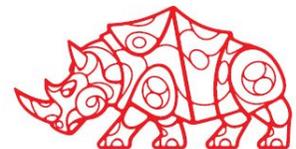
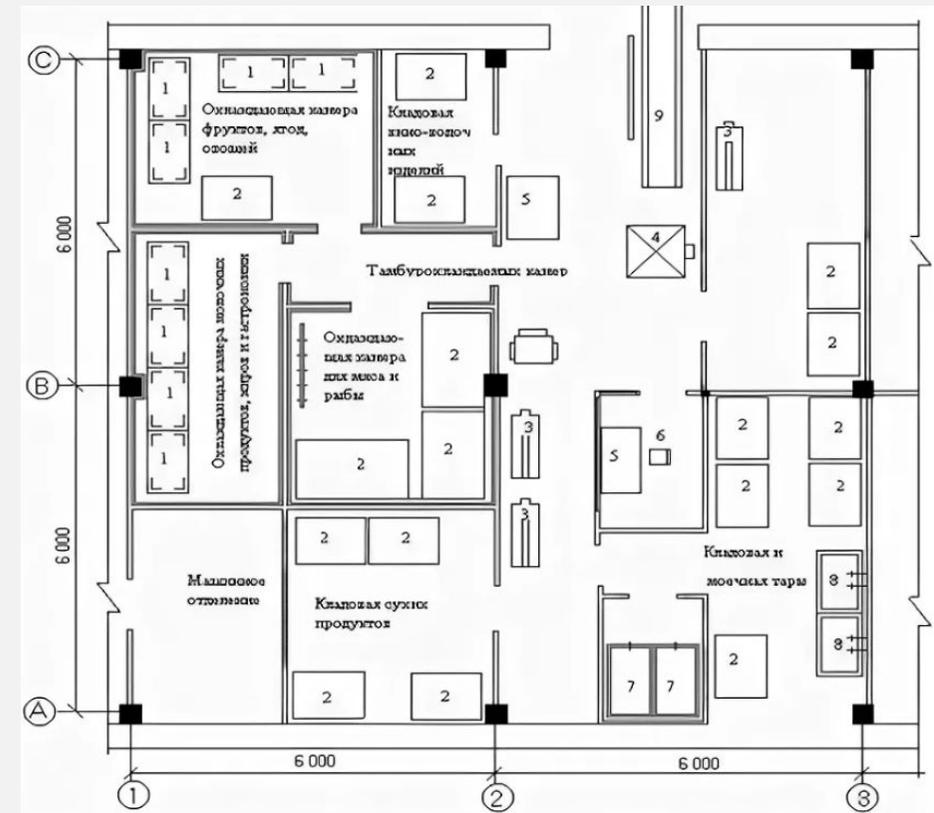
Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием

Номенклатура супермаркета «Ашан» включает в себя продукцию пятнадцати ассортиментных групп:

1. кондитерские изделия
2. рыба и морепродукты
3. мясо и мясные товары
4. молоко и кисломолочные продукты
5. пищевые жиры
6. яйца
7. сахар
8. мед
9. вкусовые товары
10. свежие плоды
11. свежие овощи
12. переработанные плоды и овощи
13. зерномучные товары
14. грибы
15. детское питание

Таким образом, количественно широта номенклатуры супермаркета «Ашан» равна 15.



III. Исследовательско-аналитическая часть.

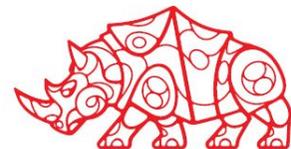
Сбор информации об объекте практики

и анализ содержания источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием

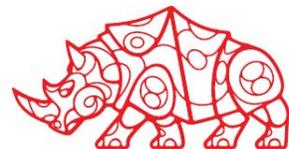
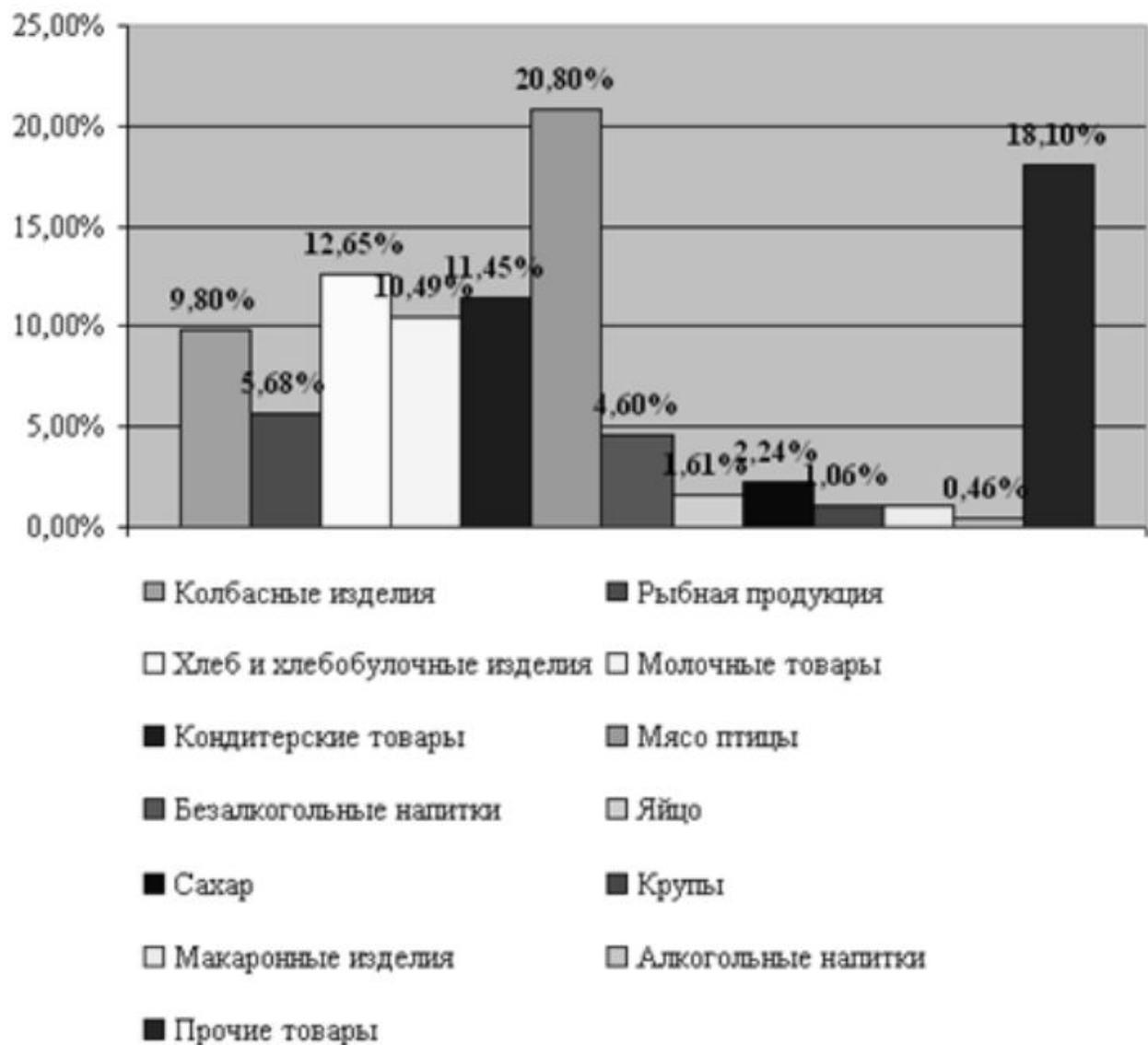
Анализ основных показателей ассортимента мясных продуктов в магазине:

Широта ассортимента	Полнота ассортимента	Устойчивость ассортимента	Новизна ассортимента	Рациональность
$K_{ш} = \frac{Шд}{Шб} \cdot 100\%$	$K_{п} = \frac{Пд}{Пб} \cdot 100\%$	$K_{у} = \frac{У}{Шд}$	$K_{н} = \frac{Н}{Шд}$	$(K_{р}) = K_{ш} \cdot v_{ш} + K_{п} \cdot v_{п} + K_{у} \cdot v_{у} + K_{н} \cdot v_{н}$
$K_{ш} = 27 : (10+12) = 0,8$	$K_{п} = (10:22) = 0,45$	$K_{н} = (4:10) = 0,4$	$K_{у} = (4:10) = 0,4$	$K_{р} = (0,26 \cdot 0,8 + 0,45 \cdot 0,18 + 0,4 \cdot 0,28 + 0,4 \cdot 19) = 0,477$



II. Исследовательско-аналитическая часть. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.2. Характеристика ассортиментной политики

Основная цель ассортиментной политики предприятия заключается в формировании оптимального ассортимента товаров и услуг, выпускаемых ею на рынок для удовлетворения потребностей потребителей и получения запланированного уровня прибыли. Иначе говоря, с точки зрения маркетинга цель ассортиментной политики сводится к построению ассортимента продукции предприятия, способствующего решению его стратегических рыночных целей, в зависимости от потребности рынка (текущей и перспективной).

К числу основных задач, стоящих перед ассортиментной политикой предприятия, принято относить: Удовлетворение потребительских запросов; Обеспечение оптимального использования технологических знаний и опыта предприятия; Оптимизацию финансовых результатов хозяйствующего субъекта; Завоевание новых покупателей за счёт расширения сферы применения имеющейся производственной программы; Соблюдение принципов гибкости посредством диверсификации сфер деятельности предприятия; Обеспечение синергизма, основанного на расширении областей производства, связанных друг с другом определенной технологией, единой квалификацией кадров и иной логической зависимостью.

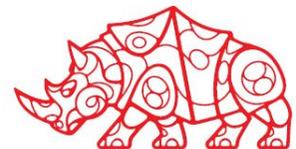


II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

На примере группы однородных товаров изучить и описать:

1. классификацию, ассортимент и основные торговые марки группы однородных товаров;
2. условия, сроки хранения, транспортирования продукции;
3. санитарно-гигиенические требования к товарам и их упаковке;
4. товарные потери и причины их возникновения, а также мероприятия, снижающие потери товаров;
5. товарно-сопроводительные документы для партии товаров, в том числе документы обязательной и добровольной сертификации.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.3. Изучение классификации, ассортимента и основных торговых марок группы однородных товаров

Наименование продукции	Январь 2021		Февраль 2021		Отклонение, (+, -)	Темп роста, %
	Кол-во шт.	Доля, %	Кол-во шт.	Доля, %		
Фасованное мясо	15	27,8	18	28,6	3	20,0
Полуфабрикаты	8	14,0	10	15,8	3	25,0
Кулинарные изделия	4	7,4	3	4,6	-1	-
Колбасные изделия	21	38,8	21	33,3	-	-
Копченые изделия	6	11,2	7	11,2	1	16,7
Субпродукты	4	7,0	6	9,5	2	50,0
ИТОГО:	57	100,0	65	100,0	9	-



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.3. Изучение классификации, ассортимента и основных торговых марок группы однородных товаров

Наименование реализуемой продукции	Количество наименований по ассортиментному перечню	Фактическое количество наименований	Отклонение (+, -)	Темп роста, %
1. Гастрономический отдел				
Колбасные изделия	10	10	-	100,0
Копчености из мяса птицы	6	6	-	100,0
Мясные деликатесы	5	4	-1	80,0
Мargarиновая продукция, жиры фасованные	10	8	-2	80,0
Майонез	10	6	-4	60,0
Масло сливочное, топленое фасованное	5	4	-1	80,0
Сыр	8	5	-3	62,5
Йогурт	10	10	-	100,0
Молоко, молочная продукция фасованная	10	8	-2	80,0
Консервы молочные	5	5	-	100,0
Соусы, кетчупы	8	4	-4	50,0
Масло растительное	10	8	-2	80,0
Кондитерские изделия, исключая кремовые	8	8	-	100,0
Чай, кофе в промышленной упаковке	10	9	-1	90,0
Хлеб, хлебобулочные изделия в промышленной упаковке	5	5	-	100,0
Соль, в т.ч. йодированная	3	3	-	100,0
Мука в промышленной упаковке	3	3	-	100,0
Мороженое	5	4	-1	80,0
2. Мясной отдел				
Мясо птицы фасованное замороженное	2	2	-	100,0
Полуфабрикаты куриные фасованные замороженные	10	8	-2	80,0
Субпродукты куриные фасованные замороженные	5	3	-2	60,0
Мясо фасованное замороженное	2	2	-	100,0
Полуфабрикаты мясные фасованные замороженные	10	7	-3	70,0
Субпродукты мясные фасованные замороженные	5	4	-1	80,0
Мясо птицы фасованное охлажденное	2	2	-	100,0
Полуфабрикаты куриные фасованные охлажденные	10	5	-5	50,0
Субпродукты куриные фасованные охлажденные	5	2	-3	40,0
Яйцо куриное	3	1	-2	33,3
Консервы мясные, рыбные	5	5	-	100,0
Консервы плодоовощные	10	7	-3	70,0
Пельмени фасованные	5	5	-	100,0
Соки, воды	10	6	-4	60,0
Пиво	6	6	-	100,0
Жевательная резинка	7	7	-	100,0



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

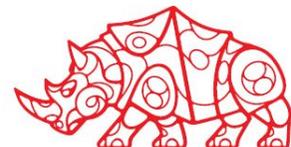
2.4. Исследование условий, сроков хранения, транспортирования продукции

Подмороженное (переохлажденное) мясо можно хранить при температуре $-2\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 0,5\text{ }^{\circ}\text{C}$ до 17 сут.

Сортовые отрубы в оборотной таре разрешается хранить на предприятиях при температуре от $0,5$ до $-1,5\text{ }^{\circ}\text{C}$ не более 7 сут, а упакованные в полимерную пленку под вакуумом - до 15 сут.

Потери массы мяса зависят не только от температурного и влажностного режимов, но и от вида мяса, его упитанности и удельной поверхности. Для увеличения срока хранения охлажденного мяса, который относительно невелик, были разработаны методы его хранения в подмороженном состоянии, в атмосфере с добавлением углекислого газа, с применением ультрафиолетовых лучей, антибиотиков и проникающей радиации. Однако они не получили широкого промышленного применения.

Поскольку срок хранения охлажденного мяса ограничен, его замораживают. Длительное хранение замороженного мяса возможно при температуре ниже $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.5. Оценка санитарно-гигиенических требований к товарам и их упаковке

Упаковочные материалы должны отвечать соответствующим гигиеническим стандартам.

Они не должны содержать каких-либо токсичных или опасных веществ, и не должны изменять органолептические характеристики мяса.

Упаковочные материалы должны иметь достаточную прочность, чтобы предотвратить любые повреждения во время транспортировки и перевозки.

Упаковочные материалы для мяса не должны повторно использоваться, использование разрешено только в случае, если упаковка сделана из легко моющегося и антикоррозионного материала и подлежит мойке и дезинфекции перед использованием.

Внутренние и наружные упаковочные материалы должны храниться в отдельных складах.

Склад упаковочных материалов должен быть сухим, хорошо проветриваемым и санитарно чистым.

Цех для упаковки продукта должен отвечать соответствующим требованиям по температуре.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.6. Изучение дефектов товаров, товарных потерь, причин их возникновения и мероприятий по снижению потерь товаров

При нарушении режима хранения в кисломолочных продуктах могут происходить нежелательные процессы, снижающие качество и даже приводящие продукт к полной порче. Как следствие, появляются дефекты.

Правильная организация хранения товаров, сокращение товарных потерь являются важнейшей обязанностью работников торговли, обеспечивающей вовлечение в реализацию максимального количества товаров, направляющихся в торговую сеть, снижение материальных и трудовых затрат и повышение рентабельности торговли.

На увеличение продолжительности хранения существенно влияет упаковка продукта.

Упаковка – средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту товара от повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнения.

К упаковке предъявляют следующие основополагающие требования: безопасность, надежность, совместимость, экологические свойства, взаимозаменяемость, экономическая эффективность.

Цех хранения должен быть чистым, хорошо убраным и хорошо проветриваемым и там не должно быть каких-либо товаров, которые могут повлиять на гигиенические условия. Также в цехе хранения не должно быть продуктов, которые могут вызвать перекрестное загрязнение.

Оборудование для защиты от плесени, грызунов и насекомых должно быть предусмотрено и дезинфекция должна проводиться регулярно.

Товары, хранящиеся в цехе хранения, должны храниться на расстоянии, по крайней мере, не менее 30 см от стен, 10 см от пола и на определенном расстоянии от потолка. Они должны быть отсортированы и уложены, имея ясные этикетки.

Морозильный склад должен регулярно размораживаться.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.7. Анализ товарно-сопроводительных документов

Порядок приемки товаров и ее документальное оформление зависят: от места приемки, характера приемки (по количеству, качеству, комплектности), от степени соответствия договора поставки сопроводительным документам (наличие или отсутствие) и т.д.

- ✓ Мясо принимается только при наличии ветеринарного клейма и документа, свидетельствующего об осмотре и заключении ветнадзора;
- ✓ Птица принимается в предприятия продовольственной торговли только в непотрошеном виде, за исключением дичи;
- ✓ Запрещается прием яйца без наличия ветеринарного свидетельства на каждую партию яиц, а также яйца водоплавающей птицы (утиные, гусиные)

Унифицированная форма № Торг-4
Утверждена постановлением Госкомстата
России от 23.12.1998. № 132

Код
0330204
Форма по ОКУД

_____ по ОКПО

_____ Вид деятельности по ОКДП

Поставщик: _____ по ОКПО

Грузоотправитель: _____ по ОКПО

_____ Вид операции

**АКТ
О ПРИЕМКЕ ТОВАРА ПОСТУПИВШЕГО
БЕЗ СЧЕТА ПОСТАВЩИКА**

Номер документа	Дата составления
-----------------	------------------

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель _____ должность _____ подпись _____

«__» _____ 200__ г.

Место приема товара _____

Настоящий акт составлен комиссией, которая произвела выемку товара, прибывшего по сопроводительным документам _____

_____ номер, дата _____

от _____ со _____ станицы _____

_____ пристани, порта _____ наименование _____ мест _____

По транспортным документам значится _____

Масса товара станции (пристань, порт) отправления _____

Масса товара станции (пристань, порт) назначения _____

Коммерческий акт № _____ от «__» _____ 200__ г., выданный _____

наименование организации-транспортера _____

Состояние упаковки:

Товар		Потребительские присылки товара	Единица измерения		Количество			Масса		Цена, руб., коп.	Стаимость, руб., коп.
наименование, характеристика, (вид, сорт, группа, артикул)	код		наименование	Код по ОКЕИ	мест	в одном месте	штуки	брутто	нетто		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Итого:						X				X	



II. Исследовательско-аналитическая часть. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников 2.7. Анализ товарно-сопроводительных документов

При закупке товара или его приемке необходимо следить за наличием документа подтверждения соответствия на закупаемый товар.

Обязательная сертификация мяса, мясной продукции, мяса птицы, яйца и продуктов их переработки (далее - продукции) проводится после проведения ветеринарно - санитарной экспертизы, клеймения (мяса) государственной ветеринарной службой и простановки маркировки в установленном порядке.

Необходимым условием для выдачи сертификата соответствия на партию продукции является ветеринарное свидетельство, а на серийно вырабатываемую продукцию - наличие ветеринарного заключения (акта или регистрационного ветеринарного удостоверения), выданных государственной ветеринарной службой в установленном порядке.

СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ	
	СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ
№ РОСС RU.МН08.Н00397	
Срок действия с 11.12.2019 по 10.12.2021	
№ 0745448	
ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ рег. № РОСС RU.0001.11МН08.ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ ООО "ПромТест", 117279, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 93А, оф. 423, тел. (495) 335-42-88, факс (495) 335-42-88, E-mail intertest@iist.ru.	
ПРОДУКЦИЯ Мясо кролика, ТУ 9211-001-0179919938-2012. Серийный выпуск.	код ОК 005 (ОКГ): 92 1180
СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ СанПиН 2.3.2.1078-01 (Прил. 1, индексы 1.1.1, 1.1.1.1-1.1.1.5, 1.1.9, 1.1.9.1-1.1.9.4), ГОСТ Р 51074-2003 (Разд. 3, пп. 4.2, 4.3), ГОСТ 27747-88 (Пп. 1.3.6, 1.3.8)	код ТН ВЭД России:
ИЗГОТОВИТЕЛЬ ИП Маргарян Еранчи Мовсесовна ОГРНИП: 318774600064387 Адрес: 109156, Москва г, Саранская ул, дом № 6, корпус 2, кв. 259	
СЕРТИФИКАТ ВЫДАН ИП Маргарян Еранчи Мовсесовна Адрес: 109156, Москва г, Саранская ул, дом № 6, корпус 2, кв. 259	
НА ОСНОВании протокол испытаний № 959/10-7212 от 10.12.2019 г., ИЦ ФБУ "Менделеевский ЦСМ" (Сергиево-Посадского филиала) РОСС RU.0001.21АЮ2	
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ Схема сертификации: 3.	
	Руководитель органа  Т.О. Дмитриева Эксперт  Г.С. Саркисов
Сертификат не применяется при обязательной сертификации	



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.7. Анализ товарно-сопроводительных документов

По решению Органа по сертификации испытания могут быть проведены по сокращенной номенклатуре показателей при условии, что остальные показатели подтверждены документами о состоянии почв, воды, кормов, скота и др., выданными соответствующими государственными службами конкретного региона.

Перед проведением сертификационных испытаний проводят идентификацию продукции на соответствие указанному наименованию по органолептическим и физико - химическим показателям, предусмотренным нормативными документами (НД) на продукцию. Выбор показателей для идентификации осуществляет Орган по сертификации.

При отрицательных результатах идентификации продукция не подлежит сертификации (по заявленному наименованию) на соответствие требованиям безопасности.

Порядок и периодичность инспекционного контроля определяется органом по сертификации в соответствии с действующими методическими документами, утвержденными в установленном порядке.

Перед реализацией продукции длительного хранения с холодильников, торговых баз и других организаций, осуществляющих хранение этой продукции по решению Органа по сертификации в порядке инспекционного контроля за сертифицированной продукцией, могут контролироваться показатели, которые при нарушении режимов хранения могут превысить допустимые уровни, установленные нормативными документами.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.8. Изучение нормативно-технической документации

Документация, необходимая для законного обращения мяса и мясной продукции.

ТР ТС 034/2013 установлены следующие виды разрешительной документации, которые требуется оформить для ввоза и оборота мясных изделий на территории ЕАЭС:

- декларация соответствия;
- свидетельство госрегистрации для продукции нового вида;
- внедрение процедур НАССР для предприятий связанных с производством, хранением, упаковкой и транспортировкой мясной продукции.

Все документы, указанные выше по требованиям ТР ТС 034/2013 можно получить в аккредитованных центрах сертификации после подачи официальной заявки и комплекта документов на заявителя и сертифицируемую продукцию.



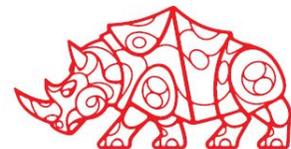
III. Проектно-экспериментальная часть

3.1. Оценка маркировки образцов потребительских товаров

Произведена оценка маркировки образца(ов) продукции

Вывод: Отобранные пробы (образцы) не являются опасными, скоропортящимися. Отобранные пробы (образцы) упакованы. Образцы, уложены в один пакет, внутри 3 образца, снабжены ярлыком обеспечения сохранности, опечатаны ЛНП №132 и подписанные Петрова А.А..

Наименование показателя	Характеристика		
	образец 1	образец 2	образец 3
Вкус и запах	Недостаточно вкусный с ароматом копчения и с недостаточным привкусом можжевельника	Свойственные данному продукту, с оригинальным ароматом копчения и пикантным привкусом можжевельника, в меру соленый	Несвойственные данному продукту, с выраженным привкусом можжевельника
Консистенция	Плотная	Плотная, упругая, монолитная	Недостаточно плотная
Внешний вид	Продукт с чистой, сухой поверхностью, без пятен, повреждений, загрязнений, плесени, выхватов мяса	Продукт с чистой, сухой поверхностью, без пятен, повреждений, загрязнений, плесени, выхватов мяса	Продукт с чистой, сухой поверхностью, без пятен, повреждений, загрязнений, плесени, выхватов мяса
Вид на разрезе	Мышечная ткань равномерно окрашена в темно-вишневый цвет	Мышечная ткань равномерно окрашена в темно-вишневый цвет	Мышечная ткань равномерно окрашена в темно-вишневый цвет



III. Проектно-экспериментальная часть

3.3. Анализ основных причин товарных потерь в торговой организации

Одной из наиболее важных составных частей технологического процесса магазина является приемка поступающих товаров по количеству и качеству.

При приемке продуктов в магазине руководствуются правилами розничной торговли соответствующими товарами, инструкцией о порядке приемки продукта производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству и качеству, стандартами и техническими условиями, а также договорами поставки.

Для расчета естественной убыли в магазине используются нормы, утвержденные Приказом Минпромторга РФ от 1 марта 2013 г. N 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».

С помощью норм естественной убыли происходит возмещение потерь, образующихся при хранении товаров в кладовых и торговом зале магазина.

Списание товаров в пределах норм естественной убыли производится только в тех случаях, когда при проверке фактического наличия товаров (инвентаризации) обнаружена недостача по сравнению с данными учета. Как правило, такие потери взыскиваются с виновных лиц, а в исключительных случаях, когда виновных нельзя установить, списываются за счет предприятия и т.д.



IV. Заключение.

Выводы и рекомендации по результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности)

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что в ООО "Ашан" товарная политика направлена на соблюдение специализации по определенному признаку, поэтому 70% ассортимента магазина - товары птицефабрики и включает в себя 33 наименования сырой и 29 наименований варено-копченой продукции. Сотрудничество непосредственно с производителем дает ряд преимуществ – возможность приобретать продукцию с большой скидкой, обеспечивать богатый, свежий ассортимент.

В то же время магазин не является узкоспециализированной и не прекращает работать с другими поставщиками. Магазин привлекает покупателей не только фирменной продукцией, но и молочной, хлебобулочной продукцией. Все товары обязательно высокого качества.



IV. Заключение.

Выводы и рекомендации по результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности)

В результате работы с предприятием были предложены следующие рекомендации по совершенствованию работы магазина:

- совершенствование ассортимента товара, его расширение за счет работы с разными поставщиками и производителями;
- повышение конкурентоспособности предприятия за счет автоматизации торговых-технологических процессов;
- применение как материального, так и нематериального стимулирования работников для увеличения уровня продаж;
- изучение спроса и предложения покупателей с помощью маркетинговых инструментов с целью выявления и удовлетворения потребностей;
- введение такой формы обслуживания, как самообслуживание покупателей в гастрономических секциях магазинов;
- постоянное совершенствование материально-техническую базу предприятия для обеспечения конкурентных преимуществ;
- организация продажи товаров фирменных наименований по дисконтной системе.

