

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 «**30**» марта **2022** г. по «**19**» апреля **2022** г.

Специальность **38.02.04** Коммерция (по отраслям)

ФИО обучающегося: Сударова Олеся Анатольевна

Группа: ОКК-1812МО

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

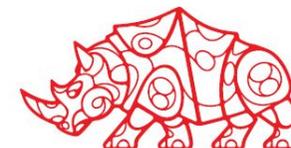
3.1. Оценка маркировки образцов потребительских товаров

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

Общество с ограниченной ответственностью «Навигатор»

Основной вид деятельности: Торговля оптовая фототоварами и оптическими товарами

Так же зарегистрировано 3 дополнительных видов деятельности: Производство прочих изделий, не включенных в другие группировки, Ремонт электронного и оптического оборудования, Торговля розничная фотоаппаратурой, оптическими приборами и средствами измерений, кроме очков, в специализированных магазинах



ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ, ПРОМСАНИТАРИИ И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

I. Вводный инструктаж

Провел инженер по охране труда и технике безопасности

Степанов Александр Сергеевич

(Ф.И.О.)

Подпись _____ Дата 30.03.2022 г.

Инструктаж получил а и усвоила

Сударова Олеся Анатольевна

(Ф.И.О.)

Подпись _____ Дата 30.03.2022 г.

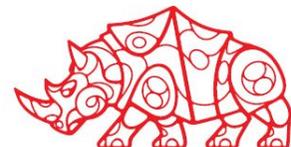


I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

Целью деятельности ООО «Навигатор» является извлечение прибыли.
Общество вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные действующим законодательством РФ.



Рисунок 1. Объект практики – торговое предприятие «Навигатор»



I. Общая организационная характеристика ООО «Навигатор»



Рисунок 2. Организационная структура ООО «Навигатор»



I. Общая организационная характеристика ООО «Навигатор»

Общее руководство компанией возложено на Генерального директора, который осуществляет руководство финансовой и хозяйственной деятельностью организации в соответствии с действующим законодательством, осуществляет стратегическое планирование деятельности, организует эффективное взаимодействие работы всех структурных подразделений компании.

Бухгалтер осуществляет организацию бухгалтерского учета хозяйственно-финансовой деятельности компании и контроль за экономным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сохранностью собственности предприятия, формирует учетную политику исходя из структуры и особенностей деятельности компании.

Структура управления организации построена для того, чтобы все протекающие в ней процессы осуществлялись своевременно и качественно. В компании используется механистический тип, а именно линейно-функциональная структура. Преимуществами такой структуры являются расширение возможности принятия компетентных решений, сокращение времени на решение управленческих и технологических вопросов.

Менеджер по продажам выполняет следующие должностные обязанности:

1. Активный поиск клиентов и развитие долгосрочных партнерских отношений, ведение клиентской базы;
2. Анализ рынка, мониторинг конкурентной среды;
3. Проведение презентаций продукции и услуг компании;
4. Подготовка коммерческих предложений, проведение переговоров, заключение договоров;
5. Контроль оплаты по договорам;
6. Консультирование клиентов по продукции и услугам компании;
7. Участие в выставках с целью продвижения продукции и услуг компании.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

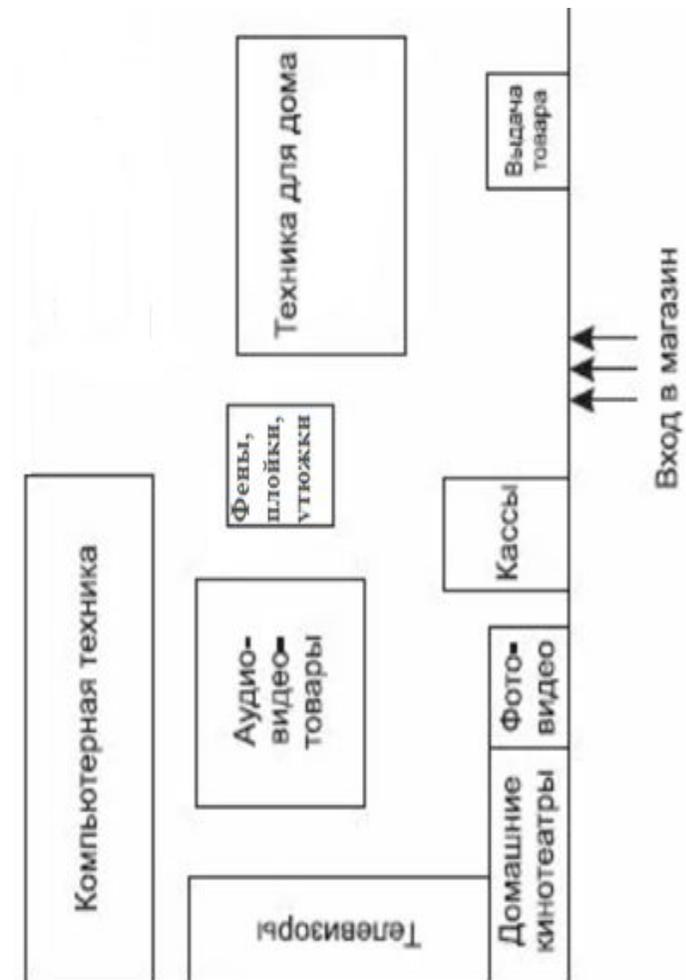
Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием

Компания предлагает своим покупателям только качественную технику ведущих мировых производителей. Помимо продажи компьютерных комплектующих компания осуществляет сборку компьютеров на заказ, а также предлагает готовые решения под маркой «Навигатор», компьютеры компании прошли все необходимое сертифицирование и соответствуют предъявляемым стандартам требованиям.

Также стоит отметить широкий ассортимент предоставляемой продукции. В магазинах каждый, даже самый требовательный, покупатель сможет выбрать себе технику по своему вкусу.

Компьютеры любой конфигурации, для любых условий работы, большой выбор периферии и аксессуаров - все это представлено в магазинах компании. Также ведется постоянное пополнение продукцией, представляющей новейшие достижения в области компьютерной и цифровой техники. Весь ассортимент товаров находится в полном доступе, позволяющем самостоятельно оценить будущую покупку.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики

и анализ содержания источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием

Широта ассортимента равна 113. Следовательно, магазин имеет достаточно широкий ассортимент товаров. Для определения коэффициента широта (Кш), воспользуемся формулой:

$Kш = (Шд : Шб) * 10\%$, где Кш - коэффициент широты

Шд - действительная широта, т.е. Фактическое видов, разновидностей и наименований товаров

Шб - базовая широта, т.е. Широта, принятая за основу для сравнения.

$$Kш = (213:196) * 100\% = 108,6\%$$

Таким образом, в случае с этим магазином коэффициента принимает значение 1,08. Это означает, что, по сравнению с базовым, в действительном периоде ассортиментный перечень увеличился на 8,6%.

Коэффициент полноты (Кп) - отношение действительного показателя к базовому. Рассчитаем его при помощи формулы:

$Kп = (Пд : Пб) * 100\%$, где Кп - коэффициент полноты,

Пд - действительная полнота, т.е. фактическая

Пб - базовая полнота, т.е. полнота, принятая за основу для сравнения

$$Kп1 = (28:22) * 100\% = 127,2\%$$

$$Kп2 = (10:9) * 100\% = 111,1\%$$

$$Kп3 = (36:30) * 100\% = 120\%$$

$$Kп4 = (131:128) * 100\% = 102,3\%$$

$$Kп5 = (5:5) * 100\% = 100\%$$

$$Kп6 = (3:2) * 100\% = 150\%$$



III. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Изучение и анализ ассортимента товаров, реализуемого предприятием

Чем выше полнота ассортимента, тем лучше удовлетворяется потребности покупателя. Но чрезмерно высокая полнота затрудняет выбор. Следовательно, «Навигатор», в целом, имеет достаточно высокий коэффициент полноты, т. е. Может удовлетворить потребности покупателей и возникающий спрос. Покупатель может выбрать нужный ему товар нескольких.

Устойчивость ассортимента - количество видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом, требует анализ данных о реализации товаров и поступлений. Количество товаров устойчивого спроса ассортимента ООО «Навигатор» равно 157. Это основном фотоаппараты и фотоаксессуары (штативы, отражатели, чехлы, сумки батарейные блоки и проч.)

Для определения устойчивости ассортимента «Навигатор» нужно рассчитать коэффициент устойчивости (K_u) по формуле:

$K_u = (Ш_u : Ш_d) * 100\%$, где K_u - коэффициент устойчивости,

$Ш_u$ - количество товара устойчивого спроса,

$Ш_d$ - действительная широта, т. е. Фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров, имеющих в наличии.

$$K_u = (157 : 213) * 100\% = 73,7\%$$

Для расчета новизны ассортимента «Навигатор» воспользуемся формулой:

$K_n = (Н : Ш_d) * 100\%$, где K_n - коэффициент обновления товаров,

$Н$ - количество новых товаров в общем перечне,

$Ш_d$ - действительная широта, т. е. Фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров, имеющих в наличии.

$$K_n = (17 : 213) * 100\% = 7,9\%$$

Следовательно, 7.9% составляют новые товары в общем перечне.



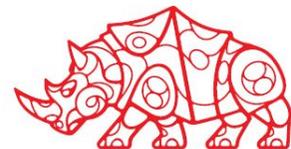
Широта ассортимента - количество видов и разновидностей товаров определенного назначения.

Широта ассортимента характеризуется коэффициентом широты (Кш), который выражается отношением действительного количества видов, разновидностей и наименований товаров однородных разнородных групп к базовому.

Для определения коэффициента широты (Кш), сравним количество разновидностей фототоваров магазина «Навигатор» в июле 2021 г. С августа, по данным, представленным в таблице.

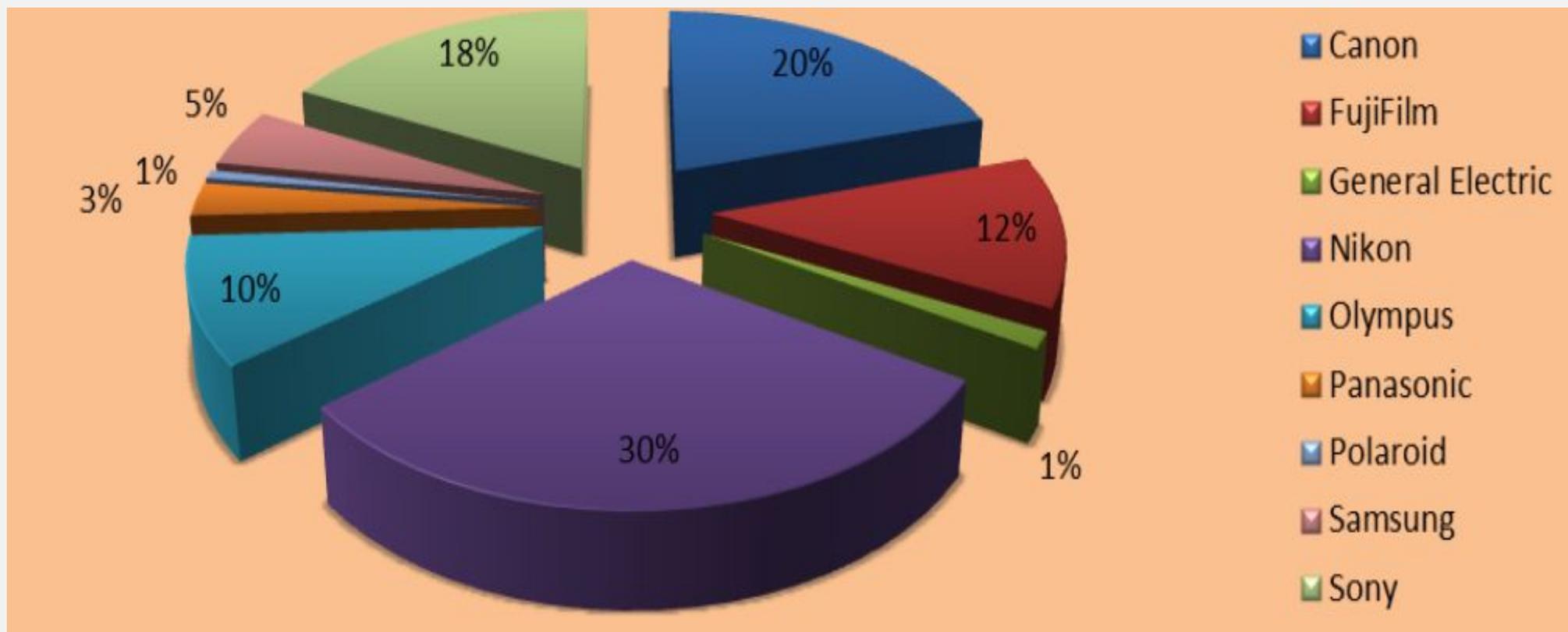
Наименование товара	Количество разновидностей товаров в августе 2021 г.	Количество разновидностей товаров в июле 2021 г.	
1	Фотокамеры	28	22
2	Фотопринтеры	10	9
3	Объективы	36	30
4	Аксессуары	131	128
5	Вспышки	5	5
6	Фотобумага	3	2
7	ИТОГО	213	196

Широта ассортимента «Навигатор» равна 113. Следовательно, магазин имеет достаточно широкий ассортимент товаров.



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

Ассортимент товаров - набор товаров разных видов и разновидностей, формируемый по определенным признакам с целью удовлетворения потребностей покупателей.

Торговый ассортимент - совокупность товаров, поступающих в сферу обращения. В отличие от промышленного ассортимента, торговый включает, как правило, товары различных производителей (за исключением фирменных магазинов).

Наибольшая часть продаж приходится на два ведущих сегмента продукции «Canon»: принтеры и компьютерную периферию (34.1%) и копировальные аппараты (32.2%). На телекоммуникационное оборудование приходится 3.9%, фото- видеокамеры 20.4%, а на оптику 5.1% от общего объема реализации.

В ведущем ассортименте продукции «Canon», которую отличает высокое качество, используются новейшие технологии, отвечающие современным потребностям пользователей.

Показатели ассортимента - это качественное выражение свойств ассортимента. Существует несколько показателей, по которым можно провести анализ торговой характеристики ассортимента. Обычно определяются действительный показатель, базовый и соответствующий коэффициент (отношение действительного показателя к базовому).



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

Все технические характеристики фотоаппаратов должны соответствовать техническим условиям, которые разрабатываются на каждую модель.

Требования к качеству фотоаппаратов целесообразно подразделить на три группы: требования к механизмам, объективу и футляру.

Размещение всех узлов и механизмов в фотоаппарате должно быть удобным для эксплуатации и обслуживания. Камера в рабочем состоянии должна быть светонепроницаемой. Значительная вуаль, темные точки и полосы на проявленной фотопленке свидетельствуют о нарушении светонепроницаемости камеры. Требуется, чтобы внутренние поверхности фотоаппарата были окрашены в черный матовый или полуматовый цвет. Пропуски окраски недопустимы.

Фотоаппарат должен давать изображение резкое по всему полю при фотосъемке со всех допустимых расстояний. При наводке на резкость объектив должен вращаться плавно, без заеданий и доходить до крайних положений без усилий.

Затвор фотоаппарата должен работать бесперебойно при любом положении камеры. Взвод и спуск затвора должны быть плавными, без рывков, с ощущением легкого трения. Необходимо, чтобы затвор надежно работал на всех выдержках. Самопроизвольный спуск затвора не допускается. Синхронизатор должен обеспечивать одновременное срабатывание затвора и лампы-вспышки.



Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

Требуется, чтобы механизм транспортирования фотопленки работал свободно, без заеданий и повреждений пленки, катушка и кассета свободно входили в гнезда, прочно в них удерживались и легко вынимались для перезарядки.

Выравнивающий столик и направляющие ползки должны быть гладкими и не царапать пленку ни со стороны эмульсии, ни с обратной стороны.

Экспонометрические устройства должны работать надежно, стрелка микроамперметра - реагировать на действие света установленной для данного аппарата яркости, выдержка и диафрагма - определяться и устанавливаться правильно.

Все металлические детали должны быть хромированы, никелированы или покрыты краской. Антикоррозийные покрытия должны быть прочными, без пятен и пропусков. На окрашенных поверхностях не допускаются потеки краски, пузыри, трещины. Внешние поверхности должны быть без вмятин, забоин, заусенцев и других дефектов, портящих внешний вид аппарата.

Надписи, указательные стрелки и деления шкал должны быть нанесены отчетливо.



ГОСТ 17175-82

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на фотографические, киносъёмочные и телевизионные съёмочные объективы с регулируемыми диафрагмами для точной установки относительных отверстий и устанавливает ряды числовых значений для построения шкал относительных отверстий (переменных диафрагм).

Стандарт не распространяется на аэрофотообъективы
Нормативные ссылки: ГОСТ 17175-71
ГОСТ 3362-75

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на штативные соединения фото- и киноаппаратов и устанавливает присоединительные размеры резьбового соединения с переносными штативами, шаровыми шарнирными головками, переходными втулками, осветителями и другими принадлежностями
Нормативные ссылки: ГОСТ 3362-58

ГОСТ 3933-75

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на переднюю часть оправы фото- и киносъёмочных любительских объективов, объективов для фотоувеличителей и т.п. оборудования. Стандарт устанавливает присоединительные размеры оправ для установки насадок на объектив или на предыдущую насадку
Нормативные ссылки: ГОСТ 3933-69

ГОСТ Р МЭК 60335-2-56-99

Область применения: Настоящий стандарт устанавливает требования безопасности и методы испытаний электрических проекторов и аналогичных приборов бытового и аналогичного назначения номинальным напряжением не более 250 В. Настоящий стандарт учитывает общие виды опасностей, которые представляют приборы для лиц, пользующихся ими в и вне дома. Настоящий стандарт не учитывает опасностей, возникающих в случае: безнадзорного использования приборов детьми или немощными лицами; игр детей с приборами. Настоящий стандарт не распространяется на: микрографическое офисное оборудование; приборы, предназначенные для промышленного применения; кинопроекторы для киноплёнок шириной более 16 мм; приборы, предназначенные для применения в местах с особыми условиями среды, например в коррозионной или взрывоопасной атмосфере (пыль, пар или газ); приборы для медицинских целей; жидкостно-кристаллические детекторы и видеопроекторы
Нормативные ссылки: ГОСТ Р 50805-95



ГОСТ 18503-92

Область применения: Настоящий стандарт устанавливает размеры поля изображения на пленке, получаемого в фотоаппаратах, внутренние размеры кадрирующих рамок, ограничивающих негативное изображение при проекционной фотопечати, а также положение окна для отсчета кадров в фотоаппаратах под роликовую пленку. Стандарт не распространяется на специальные фотоаппараты и устройства для фотопечати (для получения стереоскопических и панорамных снимков) Нормативные ссылки: ГОСТ 18503-73

ГОСТ 24692-81

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на аппараты фотографические для 35-мм пленки и устанавливает размеры байонетного соединения по типу универсального байонета - "оправа К" сменных объективов с камерами любительских фотоаппаратов размером кадра 24x36 мм и рабочим отрезком 45,5 мм. Настоящий стандарт не распространяется на байонетные соединения других типов Нормативные ссылки:

ГОСТ 19322-81

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на штатные и сменные фотографические объективы с постоянным фокусным расстоянием для фотоаппаратов общего назначения и устанавливает ряды их фокусных расстояний.

Стандарт не распространяется на объективы переменного фокусного расстояния и на объективы специального назначения: для документации, репродукций, макро- и микросъемки, рентгеновской фотографии и других областей научной фотографии Нормативные ссылки: ГОСТ 19322-73

ГОСТ 8189-78

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на спусковые тросики и устанавливает их присоединительные размеры с затворами любительских фотоаппаратов Нормативные ссылки: ГОСТ 8189-70

ГОСТ 10332-72

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на фотоаппараты для пленки и устанавливает размеры резьбовых соединений сменных объективов и фотоаппаратов с размером кадра 24x36 мм

Нормативные ссылки: ГОСТ 10332-63

ГОСТ 26154-84

Область применения: Настоящий стандарт распространяется на любительские фотоувеличители, предназначенные для получения увеличенных фотоотпечатков с негативов на 16-, 35- и 61,5-мм фото- и кинопленке.

Настоящий стандарт не распространяется на профессиональные фотоувеличители и фотоувеличители специального назначения Нормативные ссылки:



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики

и анализ содержания источников

2.4. Исследование условий, сроков хранения, транспортирования продукции

Маркировка, упаковка и хранение фотоаппаратов.

Правила ухода за фотоаппаратами.

На каждом фотоаппарате и объективе указывают их наименование, марку завода-изготовителя, порядковый номер камеры и объектива.

Фотоаппарат в футляре с принадлежностями, входящими в комплект, укладывают в картонную или пенопластовую коробку. (Перечень принадлежностей указывают в паспорте на фотоаппарат.) Коробку снаружи опломбировывают. В коробку вкладывают упаковочный лист с подписью лица, производившего упаковку, и датой упаковки.

Распакованные фотоаппараты следует хранить в сухом отапливаемом помещении при температуре от 5 до 45°C и относительной влажности воздуха не выше 65%.

С фотоаппаратами необходимо обращаться бережно. Их следует содержать в чистоте и оберегать от толчков, сотрясений, грязи, пыли, сырости и резких колебаний температуры. Не рекомендуется без надобности вынимать объектив из фотоаппарата, так как при этом в аппарат могут попасть грязь и пыль. При эксплуатации необходимо регулярно производить чистку фотоаппарата. Нельзя трогать руками поверхности оптических деталей, так как это может привести к повреждению покрытий. Пыль удаляют мягкой кисточкой, или резиновой грушей. Протирать оптические поверхности объектива, видоискателя следует легким касанием чистой фланелевой салфеткой или ватой, слегка смоченной спиртом или эфиром. Зеркало и линзы видоискателя чистят только в самых необходимых случаях очень мягкой и обязательно сухой кисточкой.

Хранить фотоаппараты следует в закрытом футляре, при этом объектив должен быть закрыт крышкой, а затвор и автоспуск должны находиться в спущенном положении.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

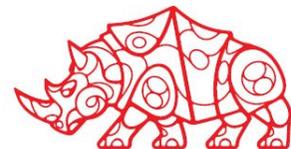
2.5. Оценка санитарно-гигиенических требований к товарам и их упаковке

При температуре ниже 0°C фотоаппарат рекомендуется носить под верхней одеждой и вынимать лишь на время съемки. Фотоаппарат, внесенный с мороза в теплое помещение, не следует открывать сразу, он должен прогреться в течение 2 ч.

Особые правила эксплуатации в морозное время предусмотрены для фотоаппаратов с экспонометрическими устройствами на фоторезисторах, в электрических цепях которых имеются источники постоянного тока. Необходимо помнить, что источник тока от длительного воздействия минусовых температур быстро выходит из строя, поэтому такие фотоаппараты также следует оберегать от переохлаждения.

Разбирать фотоаппараты самостоятельно нельзя, так как при этом можно нарушить регулировку отдельных узлов. Любой ремонт и соответствующую регулировку должны производить квалифицированные специалисты в ремонтных мастерских.

Категорически запрещается вводить в фотоаппарат какую-либо смазку.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.6. Изучение дефектов товаров, товарных потерь, причин их возникновения

В большинстве ситуаций сверхнормативные потери – причина халатного отношения ответственных сотрудников к своей работе. Рекордное количество убытков возникает на этапе хранения товара в складских помещениях. Помимо процессов, которые происходят из-за нарушений условий хранения, здесь случаются хищения, нецелесообразные расходы из-за неграмотного ведения учета. Иногда потери бывают вызваны стихийными бедствиями.

Факторы, которые могут провоцировать товарные потери

Все эти убытки выявляются во время инвентаризации. Назначенная инвентаризационная комиссия делает сверку фактических данных с данными, отраженными в учете, анализирует расхождения, определяет виновных и предлагает варианты решения проблемы. В любой ситуации при выявлении товарных потерь важно правильно их списать.



II. Исследовательско-аналитическая часть.

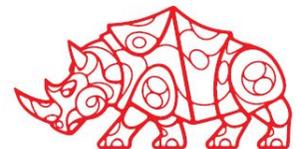
Сбор информации об объекте практики

и анализ содержания источников

2.7. Изучение нормативно-технической документации

Бытовая техника и электроприборы относятся к низковольтному оборудованию и выпускаются в обращение на рынке при подтверждении соответствия (сертификации) требованиям технических регламентов Таможенного союза.

Законодательством Российской Федерации установлена обязательная сертификация электроприборов на соответствие требованиям технических регламентов Таможенного союза: ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования», который утвержден решением Комиссии Таможенного союза № 768 от 16 августа 2011 г. ТР ТС 020/2011 «Электромагнитная совместимость технических средств», который утвержден решением Комиссии Таможенного союза № 879 от 9 декабря 2011 г.



III. Проектно-экспериментальная часть

3.1. Оценка маркировки образцов потребительских товаров

Наименования	Образец №1	Образец №2	Образец №3	Образец №4	Образец №5
Наименование товара	Зеркальная камера Nikon D5300 18-55mm VR Red	Зеркальная камера Canon EOS-1100D 18-55IS Brown	Системная камера SONY Alpha ILCE-7KB FE 28-70mm 3.5-5.6 OSS	Зеркальная камера Pentax K-30 Kit + DA18-55 WR	Системная камера Samsung NX20 18-55mm Black
Страна-изготовитель	Япония	Япония	Япония	Япония	Япония
Фирма-изготовитель	Nikon	Canon	Sony	Pentax	Samsung
Разрешение	24.2 Мрх	12.1 Мрх	24.3 Мрх	16.5 Мрх	20.3 Мрх
Размер матрицы	23.5 x 15.6 мм	22.2 x 14.7 мм	35.8 x 23.9 мм	нет	23.5 x 15.7 мм
Размер LCD	3.0 "	2.7 "	3.0 "	3.0 "	3.0 "
Число пикселей ЖК экрана	1037 тыс. пикселей	230 тыс. пикселей	921 тыс. пикселей	920 тыс. пикселей	321 тыс. пикселей
Максимальное разрешение роликов	1920x1080	1280x720	1920x1080	1920x1080	1920x1080
Максимальная частота кадров видеоролика	60 кадров/с	30 кадров/с	60 кадров/с	60 кадров/с	60 кадров/с



III. Проектно-экспериментальная часть

3.1. Оценка маркировки образцов потребительских товаров

Наименования	Образец №1	Образец №2	Образец №3	Образец №4	Образец №5
Тип поддерживаемых карт памяти	SD/SDHC	SD/SDHC	MSDuo/SDHC	SD/SDHC	SD/SDHC/SDXC
Правила и условия хранения	нет	нет	нет	нет	нет
Юридический адрес	есть	есть	есть	есть	есть
Товарный знак	есть	есть	есть	есть	есть
Дата изготовления	2017	2019	2018	2020	2019
Информация о сертификации	есть	есть	есть	есть	есть
Штриховой код	4901777156036	4946842501908	4571193601993	4905524922844	4974472103001
Состав	нет	нет	корпус металл-магниевоый	нет	нет
Выдержка, мин	1/4000 с	1/4000 с	1/8000 с	1/1600 с	1/8000 с
Выдержка, макс	30 с	30 с	30 с	30 с	30 с



III. Проектно-экспериментальная часть

3.2. Анализ основных причин товарных потерь в торговой организации

На торговых предприятиях могут возникать товарные потери сверх установленных норм. К ним относятся сверхнормативные потери от боя, лома, порчи товаров, дополнительного завеса тары, принятые за счет предприятия, и т.п.

Если потери возникли в связи с неправильным хранением или небрежным обращением с товаром, то они взыскиваются с виновных. Если конкретные виновники порчи товарно-материальных ценностей не установлены или суд отказал в удовлетворении иска, то такие потери товаров в установленном порядке списываются на внереализационные расходы.

Эти товарные потери обычно не планируются, и поэтому их изучают в динамике за ряд лет (в сумме, по уровню в % к обороту и по удельному весу в общей сумме внереализационных расходов).

Наличие ненормируемых товарных потерь, а тем более их рост свидетельствует о недостатках в хранении товаров, плохом обращении с ними. Анализ товарных потерь сверх установленных норм проводят также по каждому случаю их возникновения. В частности, определяют, у кого, когда, и почему они возникли, какие меры приняты и что следует сделать для их предупреждения.



IV. Заключение.

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

Для обеспечения максимальной эффективности продажи товаров по методу самообслуживания необходимо:

- обеспечить свободный доступ покупателей ко всем выставленным товарам и предоставить им максимальные удобства в процессе выбора;
- организовать исчерпывающую информацию покупателей (четкая маркировка товаров, обозначение на каждом изделии цены и всех необходимых для покупателя данных о товаре), широкое использование рекламных средств для потребительской ориентировки покупателей в магазине (броское и ясное обозначение товарных отделов, информация о новых товарах, аннотации и т.п.);
- рационально разместить товары по потребительскому назначению, видам;
- рационально организовать расчеты с помощью современных быстродействующих компьютеризированных кассовых комплексов;
- использовать рациональное торговое оборудование;
- осуществлять постоянный контроль за наличием в магазинах широкого ассортимента товаров и его систематическое обновление;
- максимально увеличить товарную выкладку и организовать правильное освещение выставленных товаров.



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

Можно рекомендовать следующий перечень дополнительных услуг:

- прием предварительных заказов на товары, временно отсутствующих в продаже;
- бесплатная доставка купленных товаров по указанному адресу;
- мелкий ремонт технически сложных товаров;
- демонстрация новых товаров, выставка товаров;
- консультации специалистов по правилам пользования товарами;
- хранение купленных товаров и вещей покупателей;
- обеспечение покупателей информацией.

Существенное влияние на рациональную и эффективную организацию торгово-технологического процесса оказывают торговые здания и сооружения (их местоположение, оформление интерьеров и экстерьеров), торгово-технологическое оборудование.

Для стимулирования сбыта товаров должны использоваться различные виды рекламы от самых простых - оформление оконных и внутримагазинных витрин, организация рекламных выставок товаров до более сложных - печатной, радиотелевизионной и других современных ее видов.

