ВВЕДЕНИЕ

Чай пьют во всем мире. И если иногда делят страны на «чайные» и «кофейные», то это весьма условно. Как в традиционно чайных странах (Англия) есть любители кофе, так и в странах, предпочитающих кофе (США, Болгария, Польша), есть любители чая.

Каждая хозяйка почти ежедневно подает к столу чай. Но хорош ли он? Доставляет ли удовольствие? Или его пьют только для утоления жажды? Приготовить хороший, ароматный чайный напиток не так сложно, но нужны определенные навыки. При организации чайного стола свой талант может проявить и мужчина.

Появление чая как напитка овеяно увлекательными поэтическими легендами. О происхождении чайного куста, его истории и акклиматизации в разных странах до сих пор ведутся страстные дискуссии. О чае слагали стихи и поэмы. Он был предметом особых церемоний. В некоторых уголках земного шара, например в Японии, этот обычай сохранился до сих пор.

При написании дипломной работы передо мной стояла цель описание всех свойств чая, классификацию, используемое оборудование, санитарные правила безопасные условия труда, применяемые способы выкладки, технологию производства чая и влияние чая на, человека, и конечно же технологию его продажи.

Выпускная дипломная работа написана на основе прохождения практики в магазине «Карусель» «ИП Дребезгин», который расположен Пермский край Сивинский район село «Екатерининское» ул. Ленина 23. Площадь торгового зала составляет 48 кв.м. Специализация - продовольственные товары. Метод продажи – традиционный на 2 рабочих места.

За последние полгода значительно упала продажа новых сортов чая и чайных напитков, продавцы не могут дать квалифицированный ответ на интересующие покупателей вопросы и поэтому я решила углубленно изучить организацию продажи чая и чайных напитков в донном торговом предприятии.

ГЛАВА 1. ПРОИЗВОДСТВО, ВИДЫ И АССОРТИМЕНТ ЧАЯ

1.1 История появления чая

Появление чая как напитка овеяно увлекательными поэтическими легендами. О происхождении чайного куста, его истории и акклиматизации в разных странах до сих пор ведутся страстные дискуссии. О чае слагали стихи и поэмы. Он был предметом особых церемоний. В некоторых уголках земного шара, например в Японии, этот обычай сохранился до сих пор.

Первоначально чай появился при императорских и царских дворах, а позже стал основным напитком. История его распространения почти детективная. Он был предметом как обычной, так и контрабандной торговли, его облагали пошлиной, фальсифицировали, состоялось даже несколько судебных процессов над чаеторговцами. Но во все времена народ любил и почитал чай. Когда-то его не просто пили, а уважительно «откушивали».

Откуда пришел к нам чай?

На этот вопрос ответить не так просто. Вначале родиной чая называли Китай. После открытия чайных растений древнего происхождения в одной из провинций Индии какое-то время считали, что, возможно, именно эта страна и является родиной чая. Но уже в 1926 году профессор В.А. Фрост доказал, что ассамские заросли чайных плантаций в Индии не первобытный лес, а одичавшие культурные кусты. Позже их стали находить и в других местах.

В настоящее время наиболее достоверным считается предположение, выдвинутое советским ученым К.М. Джемухадзе. Проведя сложные биохимические анализы, он установил, что наиболее древней формой является дикий крупнолистный чай, иногда достигающий огромных размеров. Появился он во Вьетнаме, откуда и распространился на южные районы Китая.

Неудивительно, если в будущем появятся какие-то новые данные о происхождении чая. Он стал известен человеку задолго до нашей эры, поэтому его история уходит в глубь веков и открытия здесь вполне возможны. Само появление чая овеяно легендами. Чаще всего ссылаются на ту, согласно которой первыми стали употреблять настой листьев чая пастухи на юге Китая, обратив внимание на животных, которые щиплют листочки с кустов и делаются бодрее. Считают также, что чай пришел к людям вначале как лекарство, а затем стал повседневным напитком. В литературе есть данные, что он был известен еще в 2700 году до н. э. Найдены хвалебные стихи чаю, относящиеся к эпохе династии Че-у. В Китае о нем написано немало трактатов. В одном из них говорится, что «чай усиливает дух, смягчает сердце, удаляет усталость, пробуждает мысль и не дозволяет поселяться лености, облегчает и освежает тело».

На развитие чайных церемоний большое влияние оказали религиозные и культовые традиции. В давние времена чаепития окружали таинственным и божественным ореолом.

В древности буддийские монахи пили чай в большом количестве, размышляя и внутренне созерцая за пиалой. Широко известна и легенда о его происхождении, связанная с буддийским патриархом Дармой, который в V веке насаждал буддизм в Китае и даже переселился туда. Сохранилось предание о том, что проповедник дни и ночи проводил в молитвах и размышлениях, но однажды все же заснул, нарушив обет. Проснувшись, он вознегодовал на себя, отрезал веки, закрывшие глаза, и бросил их на землю. На месте, куда они упали, вскоре вырос чайный куст. Дарма первый попробовал напиток бодрости, приготовленный из листьев этого куста, и завещал пить чай потомкам. Теперь слова «чай» и «веки» в китайском языке обозначаются одним иероглифом.

В VI-VII веках чай пили уже в большинстве китайских провинций. Постепенно он стал любимым и почитаемым напитком во всей стране, вошел в повседневную жизнь. К.М. Джемухадзе, отмечая высокое развитие культуры и производства чая, сообщает, что в 728-803 годах именно в Китае впервые в мире был выпущен многотомный трактат Лю Юйя «Ча цзин», в котором автор обобщил народный опыт по выращиванию и изготовлению чая.

О распространении чая в Китае известно еще из документов, оставленных арабскими путешественниками, которые подробно описали этот напиток и саму церемонию чаепития. Постепенно чай стали не только употреблять в императорских дворцах, но и выгодно торговать им. Способ его выращивания и производства долго держали в секрете. Однако в XIX веке семена чая впервые были вывезены в Японию. В дальнейшем удалось узнать секрет выращивания и приготовления чая. По данным А.П. Субботина, в Европу первые сведения о чае проникли в 1584 году. Его распространению способствовали послы, которые привозили чай из Китая.

Первоначально, в XVI в., чай появился в Португалии, затем в Голландии. В Англию он проник во времена Ост-Индской компании в 1664г. Бытующие сведения о том, что благодаря торговым связям Англия первая из европейских стран стала потреблять чай, неверны. Его путь в эту страну был тернистым. Сначала чай подавали в кофейных. Вступив в неравную борьбу с кофе, он конечно же проиграл. И в этом нет ничего удивительного: о кофе европейцы узнали значительно раньше, он был более привычным и дешевым, так как его выращивали в колониях, используя рабский труд. Чай же надо было покупать за валюту. Между конкурирующими торговыми фирмами шла жестокая борьба. Чай стали облагать колоссальными пошлинами. В результате начала процветать контрабанда, и государство несло значительные денежные потери. В конце XVIII века пошлины были снижены и чай в Англии фактически стал национальным напитком, получив небывалое распространение.

А что же происходило в нашей стране? Известно, что в Сибири чай знали задолго до его появления в Европе. Проник он туда из Монголии и постепенно распространился. В 1638 году в Московское государство его привез боярский сын Василий Старков, который был послан с дарами к алтынским ханам. В ответ ему дали около четырех пудов чая (200 пакетов по 3\4 фунта), хотя посол и отказывался от этого подарка: московский царь одарил Алтын-хана соболями и другими ценными дарами, а здесь…трава. Однако при дворе Михаила Федоровича напиток был испробован, понравился и позже вошел в употребление. В 1679 году был заключен первый договор на поставку чая из Китая.

Более подробные сведения о распространении чая в России дошли до нас из документов середины XVII века. В царствование Алексея Михайловича посол в Китае Иван Перфильев вновь привез чай в Россию. Первым настой попробовал придворный врач Самойло Каллинс, так как не решался дать царю траву, которая не была указана в травниках того времени. В 1665г., когда царь занемог животом, врач успешно использовал настой чая для лечения. Это способствовало распространению популярности напитка.

Интенсивная торговля чаем шла через Монголию и Сибирь. Основным пунктом надолго стала Кяхта. Торговля на меновой основе была очень выгодна для Китая. Благодаря экономистам XIX века мы хорошо знаем, сколько ввозилось чая, какие суммы были уплачены и какие товары шли на обмен. Россия направляла в Китай сукно, льняные материалы, кожу, различные меха, железные и чугунные изделия и многое другое. Так, известно, что за два пакета чая давали по соболю. Торговля им была выгодна как русским купцам, так и русскому государству. Пошлина на чай в среднем составляла 100% стоимости, а его потребление постоянно росло. Если в начале XIX в. в Китае закупали 75 тыс. пудов чая в год, то к середине века эта цифра возросла до 360 тыс. пудов, что составляло 5-6 млн. руб.

Колебания стоимости чая в России во многом зависели от пути его доставки. В 17 в путь от китайской границы шел через Байкал, по Ангаре до Енисейска, 80 верст волоком, затем по Кети, Оби и Иртышу в Тобольск, оттуда - в Тюмень, Верхотурье, Соликамск и т.д. По дороге за него не раз снимали пошлину. С развитием транспортных средств путь сократился. В конце 18 в расстояние от Кяхты до Москвы в зимнее время преодолевалось за 70-80 дней, летом оно увеличивалось. В 1880-х гг. ящик чая в Китае стоил 50 руб., а накладные расходы достигали 80 руб. Причем это была только себестоимость, а ведь требовалось получить еще и прибыль.

1.2 Химические свойства и пищевая ценность

Чай - тонизирующий напиток, обладающими высокими вкусами, ароматическими свойствами, оказывающий положительное влияние на организм человека и являющийся самым распространенным на земном шаре напиток.

Первые данные о чае найдены в древней китайской энциклопедии. В Россию чай попал более 300 лет назад (в1638 г.) из Монголии. Как культура, чай широко распространен на Черноморском побережье Кавказа, в Краснодарском крае, Индии, Цейлоне, Китае и т. д.

Значение чая как вкусного продукта обусловлено его ароматическими, вкусными и тонизирующими свойствами. Чай устраняет усталость, способствует восстановлению утраченной трудоспособности и улучшает самочувствие человека. Широко используют его как потогонное средство при простудных заболеваниях, он оказывает положительное действие на пищеварительную, кровеносную и нервную систему.

В состав чая входят разнообразные органические и неорганические вещества: дубильные, азотистые и минеральные вещества, кофеин, эфирные масла, углеводы, витамины, ферменты, органические кислоты и др. Важнейшими компонентами чайного экстракта являются дубильные вещества (15.9-9%), кофеин (2.0-3.5%), эфирные масла (0.006-0.021%). Дубильные вещества придают ему вяжущий вкус. А также в состав чая входят минеральные вещества, белки, органические кислоты, ферменты, витамины, в основном С и Р.

1.3 Производство

Чай получают из молодых побегов (флешей) многолетнего вечнозеленого растения, подвергая специальной обработке. Флеши это два-три верхних нежных листочка и почка.

В состав готового чая входят: кофеин (2,0—5,0%), тонизирующий нервную систему; дубильные вещества (от 8 до 30% танина), придающие чаю вяжущий вкус и характерный цвет; эфирные масла, углеводы, белковые вещества, органические кислоты, минеральные вещества, ферменты и витамины С, Р, РР, В1 В2. Чай имеет приторный вкус и аромат, обладает физиологическими (улучшает обмен веществ) и лечебными свойствами.

В России чай выращивают в Краснодарском крае, экспортирует чай из Индии, Цейлона (Шри-Ланка), Вьетнама, Китая.

Байховый чай получают из молодых побегов, на которых расположены нераспустившаяся почка и два молоды листка (флеши).

Получают черный байховый чай из зеленого листа, подвергая его завяливанию, скручиванию, ферментации, сушке, сортировке, упаковке. Ферментация - одна из основных операций определяющих, качество готового чая. Во время ферментации в результате окисления дубильных веществ чай приобретает коричневый цвет; образуется ароматические вещества, обусловливающие вкус и аромат готового чая. Сушка чая производиться для прекращения ферментативных процессов и удаления лишней влаги, получая при этом продукт для длительного хранения.

В результате сортировки черный байховый чай по размеру чаинок делиться на листовой и мелкий.

Зеленый чай, в отличие от черного, получают из чайного листа, подвергнутого пропариванию в течение 1.5-2 минуты для разрушения ферментов. Затем лист подсушивают, скручивают, сортируют и сушат до стандартной влажности. В готовом чае сохраняются хлорофилл, витамин С, дубильные и другие биологические активные вещества, чай обладает выраженными лечебными и утоляющими жажду действием. Зеленый чай делят на листовой и мелкий.

Желтый чай сочетает лучшие свойства черного и зеленого чая. Для получения желтого чая используется самое высококачественное сырье- молодые побеги, преимущественно почки чайного листа. По внешнему виду желтый чай почти не отличается от черного, только чаинки имеют едва различимый, ярко-желтый оливковый оттенок. Вкус настоя приятный, с мягкой терпкостью, без резкости, свойственной черному чаю. Настой чая прозрачный, ярко-желтого цвета с красным оттенком.

Красный чай получают только в Китае. Отличительной особенностью красного чая является окраска распаренного листа-красная по краям и зеленоватая в центре. Черный чай гораздо экстрактивнее и ценнее по вкусовым свойствам.

1.4 Районы произрастания и климатические условия

Грузия - индустриально-аграрная страна. Здесь развиты и промышленность и сельское хозяйство. Почвы в Грузии - плодородные. Наиболее благоприятные условия для развития основных отраслей сложились на равнинах и в предгорьях (на высоте до 600-800 метров на уровне моря). Здесь и сосредоточены большая часть населения, города, посевы ценных сельскохозяйственных культур. Наибольшее хозяйственное значение имеют плантации чая. Одна из важнейших отраслей промышленности - пищевая (производства чая, табачных изделий, минеральных вод).

В долинах Восточной Грузии издавна занимались земледелием, сочетая выращивания пшеницы и ячменя с виноградом, плодоводством, огородничеством, шелководством. В середине XIX-ого века начали выращивать такие ценные субтропические культуры, как чай, цитрусовые, хлопчатник и табак. В горных районах села были невелики и размещались на крупных склонах, непригодных земледелию.

Климат. Горы занимают 2/3 территории страны. Вдоль северной границы тянется главный кавказский хребет, отдельные вершины которого превышают 5 тыс. метров на западе. Климат влажный субтропические, в среднем течение Куры - засушливый, полупустынный.

1.5 Виды чая

По способу обработки чай подразделяют на байховый, кирпичный, пакетированный - чай для разовой заварки, ароматизированный Байховый чай вырабатывают черный, зеленый и др.

Черный байховый чай по виду и размерам чаинок вырабатывают трех видов (на основании ГОСТ 1938- 90) крупный (листовой), гранулированный и мелкий.

Крупнолистовой чай получают из молодых свежих листьев и почек чайного куста, в заварке золотистые типцы — почки, настой самый вкусный и ароматный.

Чай байховый (рассыпной) мелкий и гранулированный получают из нижних листьев чайного куста, настой имеет более слабый аромат.

Черные байховые чаи получают скручиванием и завяливанием чайного листа, а затем подвергают ферментации, в процессе которой происходит окисление (уменьшение) дубильных веществ и чай приобретает более темную окраску. В процессе получения черного чая уменьшается содержание витамина С, фосфора и калия. В продажу поступает чай байховый черный под различными наименованиями: Изумрудный остров» — фирма Гранд (особо крупнолистовой цейлонский чай), «Корона Российской империи», «Майский чай», «Дилма» (цейлонский чай), «Принцесса Канди», «Липтон», «Никитин».

Зеленый байховый чай

Лист чая не подвергается завяливанию и ферментации. Листья Пропаривают, скручивают и высушивают. Настой зеленого чая содержит больше витамина С, дубильных веществ, кофеина и обладает более сильными бактерицидными свойствами по сравнения с черным байховым. Настой зеленого чая имеет светло-желтый цвет горьковато-терпкий вкус и специфический аромат.

Плиточный чай выпускают черный и зеленый, получают прессованием крошек и высевок, полученных при сортировки байхового чая. Выпускают его в виде плиток массой 125 и 250 г и в виде таблеток. Плиточный чай по аромату и вкусу уступает байховому, но дольше хранится и очень удобен для перевозок.

Кирпичный чай вырабатывают только зеленым. Получают его из Крупных листьев побегов от чайных кустов, прессуя его в виде кирпича или плиток. Настой этого чая красно-желтый. Чай выпускают массой нетто 2 кг, завернутым в бумагу.

Пакетированный чай для разовой заварки — это черный байховый чай в специальных пакетиках по 2, 2,5 и 3 г. Внутренний пакетик с чаем опускается в стакан и заливается кипятком («Лип-Врн», «Дилма» и т. д.).

Ароматизированный чай российского производства получают из Черного байхового чая с добавлением различных эфирных масел следующих наименований: «Никитин Лимон», «Никитин Вишня», «Никитин Клубника». Производит эти чаи компания «Торговый дом Никитин». Выпускают чай бергамот с ароматизатором — бергамот, который получают из цитрусового тропического дерева. Листья и Плоды этого дерева имеют необыкновенный запах и терпкий вкус с хорошими тонизирующими свойствами. Эфирными маслами из бергамота обрабатывают чайные листы. Чай выпускают под названием Earl Grey или English Breakfast.

Чайные напитки

Чайные напитки не содержат кофеина. Используют их как заменители чая. Получают чайные напитки из сушеных листьев различных растений (земляники, черники, иван-чая и др.), или смеси сушеных плодов и ягод. По внешнему виду они напоминают натуральный чай, но не оказывают тонизирующего действия на организм. Напитки носят название сырья.

Выпускают чайные напитки рассыпанные в пачках, коробках массой 200, 300 г и разовой заварки по 2, 2,5,5 г - Липтон, Пиквик и др.

ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖИ ЧАЯ И ЧАЙНЫХ НАПИТКОВ

2.1 Приемка по количеству

Приемка товаров. Поступившие в магазин товары принимают материально-ответственные лица по количеству и качеству. Перед приемкой проверяют соответствие привезенных товаров заказу.

Принимают товар по сопроводительным документам (накладным, счету, счету-фактуре, счет-платежному требованию), соответствующим требованиям стандартов. В процессе приемки пользуются Инструкцией по приемке товаров.

Приемка состоит из проверки сопроводительных документов, количества мест, массы (веса) их состояния тары, маркировки, упаковки.

Приемку товаров проводят в специальном подсобном помещении в сроки, предусмотренные договором. Материально-ответственные лица приходуют принятье товары и записывают в товарный отчет.

При приемке по количеству проверяют фактическое наличие товаров, их массу (вес), состояние тары, способ и плотность укладки, маркировку и

Приемка затаренных товаров производится одновременно с вскрытием тары, но не позднее 24 ч для скоропортящихся товаров и 10 дней для всех остальных с момента их поступления в магазин.

Если в процессе приемки обнаружилось несоответствие фактической массы (веса) товара весу, указанному в сопроводительных документах, или несоответствие качества требованиям стандарта, то администрация магазина вправе приостановить приемку и вызвать представителя поставщика для составления акта.

Если товар поступает в стандартной таре, его не перевешивают, а массу (вес) определяют по маркировке на таре.

2.2 Приемка по качеству

Перед приемкой по качеству проверяют в сопроводительных документах отметки о времени изготовления товара и о его качестве.

Если качество товара вызывает сомнение или результаты органолептической проверки расходятся с данными сопроводительных документов, то проводят лабораторный анализ. Чаще применяют сплошную проверку качества; если проверка производится выборочно, то ее результат распространяют на всю партию.

По окончании приемки товаров материально-ответственное лицо расписывается в сопроводительных документах и ставит штамп магазина.

Требования к качеству чая.

По качеству чай байховый черный и зеленый делят на сорта: «Бу-Кст», высший, первый, второй и третий. При определении качества основное значение имеет органолептическая оценка. Качество определяют дегустаторы по его внешнему виду (уборке) и настою.

В чае высшего сорта «Букет» чаинки однородные по цвету, репные, хорошо скрученные (на основании ГОСТ 1938—90). Цвет разваренного листа черного чая однородный, коричнево-красный, у зеленого — однородный с зеленоватым оттенком. Настой черного байхового чая яркий, прозрачный, интенсивный с красноватым оттенком, а зеленого — прозрачный светло-зеленый с желтоватым оттенком Аромат настоя черного и зеленого чая полный букет, тонкий нежный аромат, приятный сильно терпкий вкус.

Чай первого сорта имеет недостаточно ровные скрученные чаинки. Настой прозрачный, недостаточно яркий. Цвет разваренного листа недостаточно однородный, коричневый, а у зеленого — с желтоватым оттенком. Аромат и вкус у черного байхового чая достаточно нежный, средней терпкости вкус, зеленого — приятный ароматом, достаточно терпкий вкус.

Чай второго сорта имеет недостаточно скрученные чаинки. Цвет у разваренного черного листа неоднородный, темно-коричневый, зеленого — неоднородный с желтоватым оттенком.

Настой черного прозрачный, темноватый, у зеленого – желтый, скрасноватым оттенком, недостаточно прозрачный. Аромат слабый, вкус недостаточно терпки.

В чае третьего сорта чаинки неровные, плохо скрученные. Настя чая недостаточно прозрачный, «слабый», у зеленого — темно-желтый, мутноватый.

Цвет разваренного листа неоднородный у черного чая темно-коричневый, у зеленого темно-желтый.

Аромат грубоватый, слабый, слабо терпкий вкус.

Влажность байхового чая должна быть 8%, содержание — донн мелочи, крошки от 1% («Букет») — до 5%.

Плиточный черный чай делят на высший, первый, второй и третий сорта. Кирпичный зеленый чай на сорта не подразделяют. Показатели качества в ГОСТ 1940—75. Спрессованные плитки имеют четырехугольную форму. Плитки должны быть гладкими, без трещин и повреждений. Плитка не должна крошится.

2.3 Упаковка и хранение

Чай байховый черный и зеленый фасуют в мягкую или полужидкую упаковку массой нетто 25, 50, 75, 100, 125, 150, 200 и 250 г. в пакетики для разовой заварки по 2, 2,5 и 3 г, а также художественно оформленные металлические, стеклянные, деревянные и другие чайницы и коробки. На упаковке указывают вид чая, сорт, массу, нетто, название производителя.

Плиточный чай упаковывают в подпергамент или пергамент, а затем в этикеточную бумагу.

Хранить чай необходимо в сухих чистых помещениях при относительной влажности воздуха 65-70%. Гарантийный срок хранении чая — 8 месяцев со дня упаковки. После истечения этого сроки определяют заново качество чая и решают вопрос о возможной продления срока реализации.

Условия и сроки хранения чайных напитков аналогичны чаю.

2.4 Выкладка чая

Отдел чайной продукции формируется в группе бакалейных товаров, которая обычно находится в глубине торгового зала.

Допускается выкладка чая двумя способами - по производителям и по категориям.

Рядом с чаем должны находиться кофе, какао, кондитерские изделия, различные джемы и конфитюры.

Чай можно выкладывать в непосредственной близости с дорогими спиртными напитками табаком, курительными принадлежностями. Для реализации упакованного чая достаточно использовать обыкновенные стеллажи.

Оптимальным является вертикальное расположение товаров одного производителя. При этом рекомендуется при выкладке чая использовать следующие правила:

На уровне глаз (самые выгодные полки для выкладки товаров) важно размещать такие упаковки чая, которые пользуются наибольшим спросом (наибольший показатель продаж). Как правило, это самые маленькие упаковки (чай непакетированный);

На нижних полках располагаются упаковки по правилу: чем больше масса упаковки, тем на более низкой полке она находится; на полке чуть выше уровня глаз располагаются товары с ярко выраженными вкусовыми характеристиками, новые сорта на самой верхней полке целесообразно не делать массовую выкладку, как это обычно делается в большинстве магазинов, а использовать ее для создания имиджа товара/производителя.

2.5 Оборудование для выкладки чая

Торговое оборудование для чая является не только неотъемлемой частью интерьера любой точки продаж, но и эффективным средством построения рекламных коммуникаций внутри магазина. Поэтому у производителей продукции все больший интерес вызывает брэндированное торговое оборудование для чая, служащее не только в качестве места выкладки товара, но и как интерьерный рекламоноситель. Эффективность такой рекламы была подтверждена десятилетиями успешного применения на рынках Америки и Европы и апробирована большинством транснациональных компаний и локальных торговых марок. Сегодня брэндированное торговое оборудование для чая с успехом применяется и в России, где растущая конкуренция, ряд ограничений на наружную рекламу и быстро развивающийся рынок розничных сетей продаж способствуют обострению борьбы за каждого покупателя.

Рекламная группа «Витрина А» на собственной производственной базе изготавливает торговое оборудование для чая для всех типов точек продаж. Индивидуальные дизайнерские решения и возможность комплексного подхода к оформлению интерьера и наружного оформления точки продаж подчеркнут уникальный стиль и концепцию магазина.

Торговые витрины и торговые стеллажи являются неотъемлемой частью интерьера любой точки продаж. Помимо выполнения своего основного предназначения, они так же представляют собой исключительно эффективный рекламоноситель. Оптимизировать эффективность рекламного воздействия внутри точки продаж можно благодаря брэндированию торгового оборудования. Фирменные торговые витрины и торговые стеллажи привлекут большее внимание посетителей, помогут с минимальной затратой времени найти необходимые товары.

Эксклюзивные, брэндовые торговые витрины идеально подходят для размещения дорогой, элитной продукции: коньяки, икра, сигары. Косметическую продукцию очень удобно экспонировать на тестер-стендах, выполняющих роль торговых витрин и предоставляющих покупателям возможность апробировать продукцию. Брэндовые торговые стеллажи можно дополнять шелфтокерами и применять при продажах практически любой продукции.

2.6 Санитарные требования к предприятиям продовольственной торговли

Настоящие санитарные правила распространяются на все существующие предприятия продовольственной торговли, к которым относятся: продовольственные базы, склады, хранилища, продовольственные магазины, мелкорозничные предприятия, независимо от ведомственной принадлежности и форм собственности (кроме холодильников).

Проектирование новых и реконструкция существующих предприятий продовольственной торговли должны производиться в соответствии с настоящими санитарными правилами.

Министерства, ведомства, проектные организации, государственные, кооперативные и др. предприятия обязаны представлять на согласование органам государственной санитарно-эпидемиологической службы проектно-сметную документацию на строительство предприятий продовольственной торговли по индивидуальным проектам, а также на проведение реконструкции и капитальных ремонтов существующих предприятий.

 Ввод в эксплуатацию вновь строящихся, реконструируемых и капитально отремонтированных предприятий должен производиться по согласованию с центрами госсанэпиднадзора.

Торговое предприятие обязано иметь лицензию на право продажи продуктов питания, выданную органами исполнительной власти. При этом ассортимент и объем реализуемых товаров должен быть предварительно согласован с центрами госсанэпиднадзора.

Запрещается изменять утвержденный ассортимент реализуемой продукции без согласования с центрами госсанэпиднадзора.

Высокая пищевая ценность, массовость и длительные гарантийные сроки хранения, характерные для кофе и кофейных напитков, предъявляют к выпускающим их фабрикам я к работающим на них специалистам особые санитарно-гигиенические требования. Соблюдение этих требований гарантирует выпуск безупречной в санитарном отношении продукции и ее высокое качество.

Упавшую на пол продукцию, полуфабрикаты или сырье следует собирать в специальную тару, предназначенную для санитарного брака. О поступлении на участок испорченного или подозрительного по качеству сырья либо обнаружении в сырье полуфабрикатах или готовых изделиях посторонних предметов рабочий обязан немедленно сообщить администрации и не допускать дальней шей обработки таких материалов.

Безопасные условия труда

-Устройств, эксплуатация и техническое обслуживание производственного оборудования должны соответствовать требованиям государственных стандартов и норм эксплуатации оборудования (Приложение, а также санитарным нормам и правилам организации технологических процессов и гигиеническим требованиям к производственному оборудованию, нормативно-технической документации заводов-изготовителей.

-Персонал допущенный к работе на оборудование должен быть обеспечен и ознакомлен под расписку с инструкцией по безопасной эксплуатации данного вида оборудования. Не допускаются к эксплуатации оборудования необученные и посторонние лица.

-Владелец оборудования должен обеспечить его содержание в исправном состояние и безопасную эксплуатацию путем организации надлежащего использования и обслуживания.

-Для технического обслуживания и ремонта оборудования, владелец может привлекать специализированную организацию. Владелец оборудования предприятия которого находится оборудование или на балансе которого оно будет передано к моменту ввода его в эксплуатацию.

-На каждом предприятии должны быть разработаны инструкции по технике безопасности для работников (видов работ) с учетом конкретных условий производства.

-Монтаж оборудования должен выполняться в соответствии с проектно-сметной документацией, разработанной в установленном порядке, и требованиями завода-изготовителя.

-Запрещается выполнение монтажных работ без утвержденного проекта или с отступлением от него без согласования с проектной организацией - разработчиком проекта, кроме монтажа единичного оборудования в действующих предприятиях.

-На все оборудование, агрегаты, механизмы, механизированный инструмент, контрольно-измерительные приборы должна быть техническая документация (паспорт, руководство по эксплуатации).

-Оборудование должно содержаться в надлежащей чистоте, быть полностью укомплектовано. Снятие каких-либо узлов и деталей, а также эксплуатация оборудования без них не допускается.

-Перед началом работы следует осмотреть оборудование, убедиться в его исправности и опробовать на холостом ходу.

-При обнаружении неисправности в работе, самопроизвольной остановке, аварии необходимо отключить электропитание, сообщить об этом ответственному должностному лицу и до устранения неисправности не включать.

-Работающие на механическом оборудовании должны быть одеты в плотно прилегающую неповрежденную спецодежду и головные уборы. Лица, одетые без соблюдения указанных требований. к эксплуатации оборудования не допускаются.

-Подвижные и вращающиеся части оборудования должны иметь защитные кожухи и ограждения, исключающие возможность получения травмы обслуживающим персоналом, а также попадание посторонних предметов.

-Защитные ограждения должны легко сниматься (подниматься) для санитарной обработки оборудования или его частей и иметь электроблокировку, исключающую возможность включения машины со снятыми ограждениями.

-Если на металлических частях оборудования обнаружено напряжение (ощущение тока), электродвигатель работает на две фазы (гудит), заземляющий провод оборван, следует остановить машину и немедленно доложить об этом администрации предприятия.

-Прекратить подачу продукта и выключить оборудование при появлении постороннего шума, запаха, прекращении подачи электроэнергии. внезапно возникших при работе оборудования.

Требования безопасности при эксплуатации весоизмерительной техники:. Весы платформенные рычажные общего назначения, автомобильные (стационарные), вагонные, товарные: настольные циферблатные. оптические, электронные и др. должны соответствовать требованиям ГОСТ.

Зазор между обвязочными рамами фундамента и платформы весов должен быть для автомобильных весов в пределах 15 -20 мм, для вагонных весов - 10 - 15 мм.

Поверхности платформы весов автомобильных и трапов в местах проезда взвешиваемого транспорта должны быть рифлеными.

На весы вагонные платформенные должны устанавливаться переходные мостки на стыках рельсов платформы с рельсами подходных путей.

При взвешивании тяжелых грузов товарные весы должны быть установлены в

специальном углублении пола так, чтобы уровни платформы и пола совпадали, если это правило не соблюдено, то при взвешивании бочек, тяжелых грузов следует пользоваться наклонными мостиками.

Оптические, электронные весы должны быть заземлены изолированным проводом через специальную клемму (винт).

При их подключении через специальную трехполюсную розетку заземление (зануление) производится через заземляющий контакт трехполюсной розетки. присоединенный к заземляющему устройству.

Устанавливать настольные весы на горизонтальной поверхности так, чтобы станина прочно упиралась на все четыре опорные точки, и исключалось самопроизвольное перемещение или падение весов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Во многих книгах указывается, что жидкий чай в больших количествах вреден, так как он только увлажняет пищу, не оказывая никакого влияния на желудочно-кишечный тракт. Неограниченный прием жидкости отрицательно сказывается на сердечно-сосудистой системе, перегружая ее. Е.К Мгалабишвили и А.Я. Цуцунава считают, что чай должен быть концентрированным. Отсюда можно сделать вывод, что следует пить немного, но крепкого чая и тогда он не принесет вреда сердцу, которое все же нельзя лишать воздействия полезных компонентов чая, особенно калия. В клинических условиях проверено влияние концентрированного чая на желудочно-кишечный тракт и выяснено, что он улучшает процесс переваривания пищи, особенно мучных изделий.

В выпускной квалификационной работе описана организация продажи чая и чайных напитков в магазине « Карусель» И.П. Дребезгин история происхождения чая, его производство, химический состав, классификация, правила приемки по количеству и качеству, документальное оформление этих операций, на практике применяла правила выкладки чая как горизонтальным так и вертикальным способами, оформляла ценники, отдельно выкладывала новые сорта чая, давала на них исчерпывающую консультацию, следила за санитарными условиями - товарное соседство, сроки реализации, сроки прохождения медицинского осмотра в санитарной книжке, проходила инструктаж при поступлении на предприятие и на рабочем месте, пользовалась этими правилами, подготавливала товар к предварительной продаже, была участницей рекламной акции чая « Липтон» пакетированный. Акция проводилась торговым домом « Чай». В этот день продажа составила месячную сумму.

При написании дипломной работы мною были использованы знания по товароведению я узнала какое у чая соседство с другими товарами, т.е.с какими товарами можно класть чай а с какими нельзя, ассортимент чая, его сорта, каким путем получают его где он произрастает; из технологии торговли- правильность оформления места где продается чай; из санитарии и гигиены-какой делать раствор для обработки витрин, когда проходить медицинскую книжку; из учета и отчетности- узнала как правильно заполнять документы и реквизиты, виды измерителей, применяемых в учете- натуральный измеритель (гр. кг. м. шт. пары, десятки и т.п.) ,трудовой измеритель (рабочие дни, часы, минуты) ,денежный измеритель обобщающий (рубли, копейки).

В заключении мне бы хотелось увеличить выставочную площадь, расширение ассортиментов при производстве чая, завоз специализированного чая для детей младшего возраста.

Я считаю, что моя цель в написании выпускной дипломной работы выполнена.