Федеральное агентство по образованию Екатеринбургский торгово-экономический техникум

Отчёт по практике, товароведа – стажёра розничного предприятия

Исполнитель: Банаева А.С.

отделение очное

курс 3 группа 3-3 Твп

специальность 080402

Проверил: Мухина С.А.

Екатеринбург 2009

**Содержание**

1. Изучение розничного торгового предприятия
2. Изучение профессиональной деятельности товароведа
3. Приёмка по количеству и качеству
4. Размещение принятых товаров на хранение
5. Проведение опросов покупателей (потребителей)
6. Оценка качества услуг розничной торговли

**1. Изучение розничного торгового предприятия**

Я проходила практику в торговом центре «Купец», на улице Техническая 37.

Торговый центр был построен в рекордно короткие сроки и открыт для покупателей 22 августа 2004 года к Дню города. На открытии присутствовали министр торговли, мер города, глава администрации Железнодорожного района. Общая площадь – 8000 кв.м., торговая площадь – 5000 кв.м. (свидетельство, лицензия прилагается).

На первом этаже торгового центра расположен отдел продуктовых товаров: роскошный винный отдел, оформленный в интерьере винного погребка. Огромный аквариум с перегородкой: для осетровых и озерных рыб, порадует посетителей; широко представлены продукты собственного производства. В магазине имеются следующие цеха: мясной, рыбный, куриный, салатный, горячий, пекарня, кондитерский, с недавнего времени есть цех по производству суши и ролл. Их продукция продаётся не только в торговом зале, но и поставляется в кафе на втором этаже. Украшением первого этажа стали чайный домик в китайском стиле и пекарня за стеклом: покупателю хорошо видно, как пекутся булочки и батоны. Еще одна особенность – информационные услуги. Если, например, покупатель захочет узнать, в каком чае или кофе меньше всего кофеина, есть ли он в продаже и по какой цене, ответ на этот вопрос он получит у администратора-консультанта, который постоянно дежурит в зале, сверяя свою информацию с данными компьютера.

В качестве дополнительных услуг: уютная детская комната, в которой покупатели могут спокойно оставить своих детей под присмотром воспитателей; отдел зоотоваров, где есть свой консультант со знаниями ветеринарии, где продаются не только корма, но и аксессуары для братьев наших меньших; банкоматы трёх банков, кассы с обменом валюты и приемом коммунальных платежей, продажа авиа- и железнодорожных билетов, фирменный киоск «Фотомагия», филиал туристического агентства.

На втором этаже: промышленные товары широкого ассортимента, 2400 кв. м. площади (основные направления товары для дома, предметы интерьера, сувениры, хозяйственные товары), фаст–фуд, студия загара.

Так же в магазине находится: аптека, водоочистители, копировальные услуги и изготовление визиток, «Мебель», «Мыло королевское», парикмахерская, ремонт одежды, страхование, цифровая техника «Диксис», цветы, швейная фурнитура ( план магазина прилагается).

Организационная структура данного предприятия составлена на основании штатного расписания и должностных инструкций, разработанных и существующих в данной компании. (штатное расписание прилагается).

При описании организационной структуры был использован графический подход, как более наглядный и удобный. В рамках данного подхода сразу видно, какие должности существуют, а также наглядно видно связи подчинения (структура торгового центра прилагается).

Организационная структура предприятия определяется различиями в области деятельности, характере и сложности выпускаемой продукции, размерах и степени дифференциации, территориальному расположению предприятия и других различных факторов, из всего многообразия построения организационных структур руководство предприятия выбрало линейную организационную структуру, как наиболее подходящую.

Весь персонал магазина отвечает за выполнение ежемесячных планов продаж. Высокий объем продаж зависит от многих факторов, демонстрации продукта, предпродажном консультировании, поиске клиентов и своевременном заказе товара и т.д.

**2. Изучение профессиональной деятельности товароведа**

В торговом центре «Купец», имеется несколько товароведов. Все товароведы с высшим профессиональным образованием, они постоянно повышают квалификацию. Товаровед тесно связан со следующими структурными подразделениям: приёмщик (если возникают вопросы в приёмке товаров, например: приёмщик сомневается, какой это сорт яблок, то он обращается к товароведу); кладовщик (если на складе у кладовщика имеется просроченный товар, то он обращается к товароведу, чтобы тот оформил акт на возврат товара поставщику), операторы (если у операторов возникли вопросы по накладной из–за цен, то они обращаются к товароведам); старший продавец (проверяет правильность оформленных ценников); продавцы – консультанты (следят за сроками годности и делают правильную выкладку товаров, если возникают вопросы, по этому поводу, то они так же обращаются к товароведам).

Опытные товароведы безошибочно ориентируются в тысячах наименованиях товаров, из чего складывается главное - безупречное качество продукции, предлагаемой потребителю (ассортиментный перечень прилагается).

С товароведением связаны и другие учебные дисциплины, такие как: маркетинг (так как товаровед должен знать как правильно делать выкладку товаров, должен знать состояние спроса и так далее). В торговом центре «Купец» развивается отдел маркетинга. Каждый месяц товаровед делает отчёт по рекламе, промоакций (отчёт и календарь промоакций прилагается); правовое обеспечение (товаровед должен знать все законы устанавливающие требования к осуществлению торговли); документальное обеспечение (уметь заполнять формы учётных документов); бухгалтерский учёт (товаровед занимается составлением товарных отчётов, оформлением накладных и счёт – фактур); охрана труда; основы экономики; организация труда и управления.

Функции товароведа в данном торговом центре это осуществление деятельности на основании утверждённых инструкций: по заказам товаров от поставщиков, складирования и выкладка товаров в торговом зале, анализа пересортицы товара, возврата (должностная инструкция прилагается).

Роль товароведа в торгово – технологическом процессе, одна из самых важных. Товаровед принимает участие практически во всём торгово - технологическом процессе: поступление и приёмка товаров, организация хранения товаров, размещение и выкладка товаров в торговом зале.

В зависимости от спроса покупателей и наличии товара в торговом зале и на складе составляется заявка на поставку товара поставщику.

Каждый день составляется товарный отчёт. В котором указывается входящий остаток товаров в магазин на конкретное число, возврат поставщику и какой товар идёт на списание (товарный отчёт прилагается).

При работе товаровед пользуется компьютерной программой «Gestori». Это программа позволяет быстро и качественно проанализировать движения того или иного товара, вовремя принять необходимое решение (статистика продаж прилагается).

**3. Приёмка по количеству и качеству**

Приёмка товаров в данном торговом центре должна проходить очень быстро и правильно, так как магазин большой и товарооборот тоже, машины с товаром идут безостановочно.

Утром товаровед отдаёт приёмщикам список машин и возврат товаров на текущий день.

Пришла машина с товаром.

Проверяется соблюдение санитарных условий, температурный режим при транспортировке – занести в журнал.

При приёмке молока температура самого молока тоже занести в журнал.

Зарегистрировать накладную в приходном журнале без суммы.

Товаровед и приёмщик осуществляют приёмку по количеству и качеству с отбором образцов штучного товара для операторов (образцы нумеруются по накладной). После приёмки накладная регистрируется в журнал прихода, делаются исправления, если есть ошибки.

Товаровед проставляет процент торговой наценки, согласно существующих распоряжений с офиса.

Образцы товара + накладная с счёт фактурой передают операторам, для заведения товара.

Оператор после заведения накладной, погружает кассы, весы погружаются для весового товара.

Старший продавец забирает образцы + ценники заведённого товара, отдаёт продавцу - консультанту.

Продавец – консультант делает заявку кладовщику.

Кладовщик по заявке выдаёт товар в зал, и на фасовку.

Я принимала штучный и весовой товар. Штучный товар это пиво «Асахи» (товарная накладная прилагается).

Весовой товар (сыр) - вместе с накладной должен быть сертификат соответствия (накладная и сертификат соответствия прилагается) Все товары принимаются по одному и тому же алгоритму, который указан выше. Если принимать такой товар как мясо, яйцо, колбаса и т.д. то должно быть ветеринарное удостоверение, если его нет, то печать в накладной от ветеринарного врача. Товар принимается по количеству и качеству.

Приёмка товаров по количеству заключается в сверке массы (весовой товар завешивается) количества фактически поступивших товаров с показателями счетов фактуры, товарно-транспортных накладных и других сопроводительных документов.

Приёмка товаров по качеству, если при приёмке будут обнаружены недоброкачественные или некомплектные товары, то приёмку приостанавливают и составляют акт. В нём указывают количество осмотренных товаров и характер выявленных дефектов. Одновременно надо создать необходимые условия для сохранности поступивших товаров.

Если товар оказался ненадлежащего качества, то составляется акт на возврат товара поставщику. Если недоброкачественность обнаружена покупателем, то к акту прикладывают: заявление покупателя с заключением магазина, фабричный ярлык или копию товарного чека. (акт на возврат товара от покупателя прилагается).

Если в магазин поступил некачественный товар, то товароведом составляется претензия поставщику (претензия прилагается).

**4. Размещение принятых товаров на хранения**

После приёмки товары доставляют в помещения для хранения. Процесс хранения товаров в магазине предусматривает их правильное размещение и укладку, создание оптимального режима, наблюдение и текущий уход за товарами.

В торговом центре очень большое помещение для хранения товаров. Есть холодильные камеры, склады, фасовки. Пакетированные товары хранятся на поддонниках и подтоварниках, товары в промышленной таре – на стеллажах и подтоварниках. Товары, воспринимающие посторонние запахи, изолированы от товаров, обладающих острыми запахами. Гигроскопические товары хранятся отдельно от товаров, выделяющими влагу. Соблюдено товарное соседство.

Гастрономические товары хранятся в холодильных камерах, при этом копчёности и колбасные изделия хранятся в подвешенном состоянии.

У каждого товара есть особые условия хранения: температура, влажность. Примерная влажность у товаров одинаковая не более 75%. Ведётся журнал учёта температуры и относительной влажности воздуха.

У каждой группы товаров закреплено постоянное место хранения, что позволяет быстрее работать.

В помещениях, где храниться товар строго соблюдены санитарные требования. Помещения проветриваются, делается влажная уборка.

Товар периодически перекладывается, проверяются сроки годности.

Значительная часть продовольственных товаров поступает в магазин в не расфасованном виде, и фасовка их осуществляется непосредственно в магазинах. Фасовки в магазине оборудованы специальным оборудованием. Есть фасовка у таких отделов как: кондитерский, бакалея, фрукты – овощи, гастрономия. Рабочего место фасовщиц оснащено соответствующим инвентарём и упаковочными материалами.

В торговом зале так же соблюдается товарное соседство, за каждой товарной группой закреплено определённое место. Выкладка в торговом зале самая разнообразная: вертикальная, навалом, декоративная (она используется только для рекламы товара), товар размещён на стеллажах, на горках, крупногабаритные товары размещены на подтоварниках. На каждом товаре есть правильно оформленный ценник. Товар выложен насыщенно.

По некоторым товарным подгруппам работают мерчендайзеры, которые сами выкладывают свой товар по определённой планограмме.

**5. Проведения опроса покупателей (потребителей)**

Очень часто чтобы узнать мнение о товаре, проводится письменный опрос (в виде анкеты), устный опрос (интервью).

В торговом центре «Купец» недавно появился цех по изготовлению суши и роллов. Я решила провести опрос именно по этой теме, и узнать перспективу развития этого товара на товарном рынке, и насколько покупатели знают, что такое суши и роллы. (образец анкеты прилагается). В анкетирование участвовали лица разные по возрасту, образованию, с разными доходами.

По итогам анкетирования было выявлено следующие:

1. Что такое суши и роллы знают 50% опрошенных, 28% - дали не точный ответ, а 22% - не имеют представления что это такое.
2. На вопрос: «Как часто Вы употребляете суши и роллы», я получила следующие ответы: 30% - употребляют суши, но очень редко, 29% - не употребляют их вообще, 28% - 1-2 раза в месяц, и лишь 13% - употребляют их раз в неделю.
3. В японской кухне очень цениться умение пользоваться китайскими палочками, потому что даже не все японцы и китайцы умеют ими пользоваться. У своих опрашиваемых я решила также узнать умеют ли они пользоваться китайскими палочками для еды: 53% - не умеют совсем, 30% - пользоваться умеют и 17% ответили, что умеют, но плохо.
4. 37% - употребляют суши и роллы исключительно в кафе и ресторанах, 23% - заказывают суши заказ, 23% - покупают суши и роллы в магазинах и кушают их дома.
5. В конце анкеты был самый важный вопрос: «Хотели ли бы Вы, чтобы это направление Японской кухни развивалось в Вашем городе?». Ответы были ожидаемыми: 62% - ответили да, 20% - проявили равнодушие и 18% - сказали нет.

После подведения итогов, анкетирование показало, что данный товар имеет далеко не последнее место на товарном рынке. И суши, роллы будут развиваться на российском товарном рынке, т.к. этот продукт имеет много полезных свойств, и очень интересует людей живущих на территории России.

**6. Оценки качества услуг розничной торговли**

Проанализировав результаты деятельности ТЦ «Купец», можно сделать следующие основные выводы.

В целом организационная структура торгово-технологического процесса на предприятие не плохая и отвечает всем требованиям современной организации. Устойчивый и широкий ассортимент, применены современные методы продаж, предоставлены покупателям дополнительные услуги, широко использована внутримагазинная реклама, соблюдены правила продаж.

Но при усовершенствование торгово-технологического процесса можно достигнуть наивысших результатов:

- В холодильных камерах может быть использована новая технология хранения охлаждённого мяса, основанная на сочетание холодного эффекта с действием ультрафиолетовых лучей. Что позволит удлинить срок хранения охлаждённого мяса с 5 до 25 суток.

- В магазине могут использоваться механизмы для подъема груза, что позволит грузить товар массой более 50 кг в штабеля высотой превышая 2 м. А следовательно разумно использовать площадь подсобного помещения.

- Для расчётов с покупателями, которые совершают мелкие покупки (1-2 предмета), сделать «экспресс – кассу», что ускорит расчёт с покупателями.

- На узле расчёта сделать механизм с автоматическим взвешиванием фруктов и овощей, это будет удобно для покупателей тем, что ненужно стоять в очереди два раза, один раз в отделе, а второй раз в узле расчёта, на кассе. А для предприятия это будет удобно тем, что не нужно нанимать лишнего продавца.

- На приёмке сделать сканер, чтобы не искать товар в многочисленных списках, а просто сканировать и заводить в компьютер, это будет удобно и для приёмщиков и для поставщиков. Будет экономиться время на приёмке машины и нужно будет меньше платить за простой машины.

- В гастрономическом отделе вместо обычной пищевой плёнки и целлофановых пакетов, использовать вакуум. (например: заворачивать сыр и колбасу не в пищевую плёнку и целлофановый пакет, а помещать товар в вакуум), что позволит продлить срок годности.

- А самое главное в торгово-технологическом процессе это квалифицированный персонал – то есть персонал должен постоянно проходить повышения квалификаций (аттестацию).