

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/350289>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

-

РЕШЕНИЕ КЕЙСА

Задание 1. Характеристика торгового предприятия

ООО «ПК-Лидер» специализируется на оптовой поставке товаров питания в рестораны, кафе, столовые, гостиницы и торговые сети. Выступает самым надежным поставщиком товаров питания с 1998 года. В компании было всего два человека. Компания росла по мере завоевания «отечественного рынка», методично и целенаправленно отвоевывая собственное бизнес-пространство у конкурентов, зарабатывая клиентам. Сегодня в компании работает 60 человек ежедневно, обеспечивая весь бизнес-процесс от логистики до управления клиентами. У нас есть собственный парк транспортных средств, который обеспечивает нашим клиентам своевременную доставку товаров.

Логистические услуги полного цикла - еще одно направление деятельности компании. Лидер по производству продукции, имеет крупно-тоннажный парк транспортных средств и собственный склад. Охранные склады, теплые склады, отвечающие всем требованиям проверяющих организаций по хранению продукции различных видов и режимов. Обладание этими ресурсами позволяет предоставлять нашим клиентам качественный сервис по доставке и хранению товаров.

Задание 2. Правила приемки макаронных изделий по количеству и качеству

Макаронные изделия - очень популярный и удобный продукт питания, который входит в рацион практически любой семьи. Они обладают относительной пищевой ценностью, доступны по цене, варятся довольно быстро и легко, долго держатся сухими, не меняя своих свойств, хорошо идут с мясом, сыром, яйцами, овощами, различными соусами и приправами. Не случайно макаронные изделия постоянно пользуются повышенным спросом. В продовольственном балансе страны макаронные изделия занимают стабильное и выгодное положение, так как их стоимость сопоставима со стоимостью картофеля, цена на который зависит от сезонности и повышается в первом полугодии, а цены на макаронные изделия достаточно стабильны.

Более 900 предприятий производят макаронные изделия в РФ, с общей производственной мощностью около 1,2 млн тонн в год. По потреблению макарон Россия занимает 14-е место в мире (около 6 кг в год на душу населения), на первом месте Италия - около 28 кг. Максимальные производственные мощности сосредоточены в ЦФО, доля которого в общем объеме российского производства макаронных изделий составляет 40-41%. Второе место занимает Уральский регион (17%), третье - Поволжье (16%).

В зависимости от вида используемой муки макаронные изделия делятся на сорта: лишние - из муки премиум-класса и первые - из муки первого сорта. Сорта Экстра и Супер могут быть приготовлены с добавлением в тесто фортификаторов (яйца и соевая мука) и производятся под названиями «Экстра» и «Успер».

Макаронные изделия должны быть правильной формы, установленной стандартом размера, твердого цвета, без трещин и крошек, с гладкой или слегка шероховатой поверхностью.

Вкус и запах товаров должен быть: без горечи, суровости, мускулистости и других зарубежных вкусов, и запахов.

Влажность товаров не более 13%. Доброкачественные трубчатые дефекты при ломке стекловидные, а при варке увеличиваются в объеме в 2,5 раза.

Задание 3. Требования подготовки, размещения, вкладки круп на торгово-техническом оборудовании

Важнейшей операцией торгово-операционного процесса в магазине выступает предварительная подготовка товара к продаже. Это освобождает продавцов от лишнего времени и усилий при обслуживании покупателей.

При подготовке к продаже необходимо распаковать товар, отсортировать его по сортам и видам товара, проверить по сортам и видам товара, проверить количество и качество, придать ему соответствующий внешний вид, уточнить цены и повесить готовый товар на продажу на рабочих местах.

Наряду с предварительной подготовкой товара к продаже важно подготовить рабочее место продавца до начала торгового процесса: размещение и показ товара. Товары со склада должны регулярно доставляться на торговую площадку. Размещение и просмотр товаров зависит от их вида, формы, размера упаковки, срока годности.

Товары должны размещаться таким образом, чтобы они были видны покупателям и доступны продавцам. Кроме того, при размещении товаров необходимо учитывать общность спроса, взаимозаменяемость и взаимодополняемость одних товаров с другими, а в том числе и соблюдение товарного соседства.

Задание 4. Оформление ценников в соответствии с «Правила продаж»

Дизайн можно выбрать самостоятельно, но важна непротиворечивость: все ценники в магазине должны иметь одинаковую форму, шрифт, цвет, материал, способ написания информации. Существует исключение для молочных товаров, см. Дополнительные требования ниже.

Разрешается добавлять наклейки и яркие наклейки на продукты, для которых вы проводите промоакцию. Но не нарушайте правила единообразия.

Ценники можно печатать или писать от руки - на бумаге, в цифровом виде или даже на листе. Главное - выбрать единый стиль для всех ценников.

Каждый продукт имеет свой собственный ценник

Установите ценник, чтобы клиенты могли понять, к какому продукту он относится. Создайте отдельный ценник для каждого продукта, даже если цена в ассортиментной группе одинакова. Например, если вы продаете полотенца одного производителя и того же размера, но в разных цветах, вам нужен отдельный ценник для каждого цвета.

Задание 5. Культура обслуживания при продаже продовольственных товаров

Памятка

(покупателю и продавцу)

О вопросах обслуживания потребителей в помещении ООО «ПК-Лидер».

Вопросы, затронутые в этой записке:

1. Имеет ли право работник ООО «ПК-Лидер» запретить покупателю вход на площадку продаж с детской коляской?
2. Имеет ли право работник ООО «ПК-Лидер» требовать от потребителя сдачи упаковок в кладовую?
3. Должен ли покупатель оплачивать товары, расположенные на торговой площадке ООО «ПК-Лидер» в случае случайного повреждения?
4. Имеет ли право охранник ООО «ПК-Лидер» осматривать личные вещи покупателя?
1. Имеет ли право работник ООО «ПК-Лидер» запретить покупателю вход на площадку продаж с детской коляской?

В некоторых магазинах покупатель знакомится с объявлением администрации ООО «ПК-Лидер», в котором запрещено посещать торговую сеть с детскими колясками. Такое требование выступает незаконным и ущемляет права потребителей в связи со следующим:

1) Ограничение прав маломобильных граждан.

В соответствии с СНиП 35-01-2001 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных граждан» покупатели детских кроваток классифицируются как маломобильные.

Маломобильные люди - это люди, которые испытывают трудности в самостоятельном передвижении, доступе к услугам, информации или навигации в космосе.

В соответствии с госпрограммой на 2011-2015 годы. «Условия ведения бизнеса», утвержденные постановлением Правительства РФ от 17 марта 2011 года № 175 и действующим законодательством в целом, предусматривают, что на территории РФ необходимо создать равные возможности для получения

услуг всеми категориями населения, включая мало-мобильных граждан.

2) Запрещается отказывать покупателю в заключении частичного до-говора купли-продажи.

Покупая товар в магазине, покупатель заключает частичный договор купли-продажи, который, в свою очередь, выступает публичным догово-ром. Это означает, что организация не имеет права отдавать предпочтение одному лицу перед другим, за исключением случаев, предусмотренных законом и иными правовыми актами (статьи 426, 492 ГК РФ). Действую-щее законодательство не предусматривает запрета на въезд потребителя на торговую площадку с детской коляской.

Кроме того, организации не разрешается отказывать в заключении договора розничной продажи, если есть возможность предоставить поку-пателю соответствующий продукт.

Таким образом, торговая сеть не имеет права отказывать в заключе-нии договора розничной продажи товаров покупателям с детскими каре-тами и, соответственно, обязан обеспечить вход в торговая сеть.

3) Произвольный.

Задание 7. Формирование ассортимента

Формирование ассортимента товаров осуществляется постоянно на всех уровнях - от производства до потребления, оно связано с конкретным предприятием и определяется ассортиментной политикой предприятия.

Под ассортиментной политикой понимаются цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, определяемые руководством организации. Целью организации ассортимента является создание реаль-ного или предсказуемого ассортимента.

Основные направления в области формирования ассортимента:

Сокращение ассортимента - это количественное и качественное изме-нение набора товаров за счет уменьшения его широты и полноты. Основ-ными причинами сокращения ассортимента могут быть падение спроса, недостаточное количество предложений, нерентабельность или низкая рен-табельность при реализации товаров;

Расширение ассортимента - это количественное или качественное из-менение набора товаров путём увеличения показателей широты, полноты и новизны. Причинами расширения ассортимента могут быть: рост спроса и предложения, высокая рентабельность производства и реализации това-ров, появление новых товаров или новых производителей;

Задание 9. Требования к качеству макаронных изделий.

ГОСТ 31743 регулирует качество макаронных изделий.

Качественными показателями макарон являются: внешний вид, вкус и запах, наличие разбитых, деформированных продуктов, а также крошки, содержание влаги в продуктах, их кислотность, усвояемость, прочность, отсутствие в них амбарных вредителей и примесей металлов. Качество ма-карон оценивается по следующим показателям: пищевая и биологическая ценность, органолептические показатели, безопасность. Макароны обла-дают высокой пищевой ценностью, хорошей усвояемостью и быстро кипя-тятся. Пищевая ценность зависит от вида муки и пищевых добавок. Влаж-ность продуктов не должна превышать 13% (в продуктах детского питания 12%). Для макарон, отгружаемых в отдаленные районы (Крайний Север, Сахалин и др.), влажность должна быть не более 11%. Кислотность про-дуктов должна быть не более 3,5-4.

Повышенная кислотность продуктов возникает при нарушении ре-жима сушки, использовании некачественной муки. Органолептические по-казатели. Окраска изделий монофоническая, с кремовым или желтоватым оттенком, без следов несмешивания, а также заметных точек и крапин от наличия частиц отрубей. Цвет зависит от основного и дополнительного сырья и условий процесса. Изделия из дурумной пшеницы жёлтого цвета. Белые или слегка сливочные - изделия из муки для выпечки или муки пше-ничной стекловидной мягкой. Макароны должен иметь правильную фор-му. Зато допускаются небольшие изгибы и кривизна изделий. Поверхность изделий «высшего» сорта должна быть гладкой, другие сорта допускают шероховатость. Перелом изделий должен быть стекловидным. Вкус и за-пах, характерные для этого вида, без вкуса горечи, кислотности, плесени и т. д. Продукты должны иметь свой вкус и запах, без горечи, суровости и других иностранных вкусов, мускулистости, плесени и других посторон-них запахов. Вкус и запах продуктов определяют до и после пригото-вления. Необычный вкус и запах продуктов могут возникнуть в результате их ухудшения при хранении, сушке (кислое тесто) или при использовании не-

качественной муки. Важный показатель - состояние макарон после приготовления.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/350289>