

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/kontrolnaya-rabota/439341>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинг

Введение.....	3
1. Правила продажи продовольственных товаров.....	4
2. Особенности продажи продовольственных товаров	9
3. Роль и значение розничной торговли товарами продовольственной группы.....	15
Заключение.....	21
Список литературы.....	23

Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных коммерческих (сбытовых) и технологических операций и является завершающим этапом всего торгово-технологического процесса распространения продукции.

На этом этапе в реализацию торгово-технологического процесса распространения товара вовлекаются розничные покупатели, которые в зависимости от используемых способов реализации товара могут играть в нем весьма активную роль.

Структура торгово-технологического процесса, последовательность различных операций зависит от степени экономической самостоятельности торгового предприятия, способа реализации товара, типа, размера магазина и других факторов.

Деловые операции играют важную роль в бизнес- и технологических процессах. Скорость и качество их исполнения влияют на широту и глубину ассортимента предлагаемой продукции, ее бесперебойность сбыта и в целом на качество обслуживания клиентов. Эти операции включают изучение потребительского спроса, разработку заявок на импорт товаров, формирование оптимального ассортимента, организацию рекламы и информации.

Естественно, что в независимых торговых предприятиях характер хозяйственных операций более сложный, чем в экономически независимых магазинах.

1. Правила продажи продовольственных товаров

Пищевая продукция – пищевая продукция в натуральном или переработанном виде, потребляемая человеком, бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), газированные напитки, жевательная резинка, а также пищевое сырье, биологически активные пищевые продукты и добавки.

Пищевая продукция, реализуемая в торговых организациях, должна соответствовать гигиеническим требованиям пищевой ценности и безопасности пищевой продукции и пищевого сырья, а с учетом участия Российской Федерации в Таможенном союзе - техническим регламентам Таможенного союза.

Реализация пищевой продукции регулируется Законом РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 02.07.1992, Законом «О качестве и безопасности пищевой продукции» №° 29- ФЗ от 02.01.2000 г. «Правила реализации отдельных видов товаров» (Постановление Правительства РФ № 55 от 19 января 1998 г.).

В соответствии с главой 2 «Особенности реализации продовольственных товаров» вышеуказанных Правил продажи отдельных видов товаров продавцы при реализации продовольственных товаров обязаны доводить до сведения покупателя следующую информацию (сведения указываются на этикетке или на упаковке товара):

Наименование товара;[1]

наименование и местонахождение производителя товара;

сведения о составе и пищевой ценности продукта (калорийность, содержание белков, жиров, углеводов,

витаминов, макро- и микроэлементов);
наименование ингредиентов, входящих в состав продукции, в том числе пищевых добавок и генетически модифицированных организмов;
количество пищевой продукции (указывается объем или вес);
назначение и сфера применения (детское питание, диетическое питание, БАД)
противопоказания к употреблению при некоторых заболеваниях;
способы приготовления пищевых продуктов (для полуфабрикатов, концентратов);
информация о стандартах производства продукции (ГОСТ, ТУ);
дата изготовления, дата упаковки и срок годности пищевой продукции
условия хранения пищевых продуктов.

По требованию покупателя продавец пищевой продукции обязан предоставить ему сертификат или декларацию соответствия (или заверенную копию), либо сопроводительные документы, которые должны содержать прослеживаемость движения товара от производителя к потребителю.

Непредоставление покупателю обязательной информации о пищевой продукции является основанием для возврата товара по требованию покупателя. Поэтому рекомендуется немедленно ознакомить потребителя со всей интересующей информацией и не ждать предъявления претензий.

Перед доставкой в торговую точку или иное место реализации товар должен быть освобожден от тары, упаковочных и переплетных материалов и металлических зажимов. Загрязненные поверхности или части изделия необходимо удалить. Продавец обязан проверить качество товара (по внешним признакам), наличие необходимой документации и информации о нем и приступить к браковке и сортировке товара.[2]

Непромышленная пищевая продукция (продукция, полученная гражданами, занимающимися садоводством, животноводством, садоводством и другой деятельностью), реализуемая на продовольственных рынках, подлежит реализации после прохождения ветеринарно-санитарной экспертизы с выдачей ветеринарного свидетельства, которое предъявляется покупателю по его просьбе.

Пищевая продукция размещается в торговом зале с соблюдением соседства продукции и условий хранения товара (температура, влажность, освещение, срок годности).

Скоропортящиеся пищевые продукты раскладываются в холодильных прилавках и витринах по видам продукции. Сырые и готовые к употреблению продукты готовят, взвешивают и упаковывают отдельно. Запрещается хранить сырье и полуфабрикаты вместе с готовой пищевой продукцией; Товары, находящиеся в торговом зале, а не на полках, должны размещаться на поддонах.

Реализация яиц в отделах реализации неупакованной готовой к употреблению продукции не допускается. Для упаковки пищевой продукции используются материалы, соответствующие обязательным требованиям технического регламента Таможенного союза «О безопасности упаковки».

Пищевая продукция, случайно упавшая на землю или иным образом загрязненная, считается санитарной дефектной и к реализации не допускается. Доставка пищевых продуктов на дом должна осуществляться в условиях, гарантирующих их сохранность, качество, сохранность и исключающих любое загрязнение и подделку.[3]

В торговом зале в доступном для покупателей месте необходимо установить контрольные весы, а также оборудовать потребительский уголок с «Книгой жалоб и предложений».

В заключение стоит отметить: приобретая продукты питания, обязательно обращайте внимание на информацию, указанную на этикетке, в том числе на срок годности, это поможет защитить ваше здоровье и уберечь от ненужных затрат.

Хлебобулочные изделия реализуют свой хлеб как на стойке обслуживания, так и в режиме самообслуживания (что предпочтительнее), соблюдая сроки реализации. По истечении срока годности хлеб считается несвежим и подлежит возврату поставщику.

1. Афанасенко, И. Д. Торговое дело. Учебник / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - М.: Питер, 2022. - 384 с.
2. Баженов, Ю. К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - М.: Форум, Инфра-М, 2019. - 584 с.
3. Баканов, М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Учебник / М.И. Баканов. - М.: Экономика, 2022. - 352 с.
4. БоларевБ.П. Стандартизация, метрология, подтв.соотв.:Уч./Б.П.Боларев-М.:НИЦ ИНФРА-М,2016-304с.(ВО:Бакалавр.) (п) / БоларевБ.П.. - Москва: Машиностроение, 2022. - 864 с.
5. Бунеева, ; Бунеева Организация И Управление Коммерческой Деятельностью Предприятий В Оптовой Торговле / Бунеева ; Бунеева. - Москва: Высшая школа, 2019. - 137 с.

6. Валитов, Ш. М. Организация экспортной деятельности промышленного предприятия в условиях вхождения России в ВТО. Учебное пособие / Ш.М. Валитов, А.Г. Гилемханов. - М.: Проспект, 2022. - 542 с.
7. Володина, М. В. Организация хранения и контроль запасов и сырья / М.В. Володина, Т.А. Сопачева. - М.: Academia, 2021. - 192 с.
8. Вытовтов, А. А. Теоретические и практические основы органолептического анализа продуктов питания / А.А. Вытовтов. - М.: Гиорд, 2019. - 232 с.

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/kontrolnaya-rabota/439341>