

25.05.2023г.

гр. ТЭК 2/3

Учебная практика (1 этап)

## Тема 2.1 Хозяйственные изделия из пластмасс

### План

1. Ознакомление с торговым ассортиментом товаров хозяйственных изделий из пластмасс;
2. Поставщики и порядок завоза.
3. Организация приемки по количеству и качеству.
4. Порядок оформления ценников

### Литература

1. Организация торгово-технологических процессов : [учеб. пособие] / Н. Ю. Никитина, В. Е. Шкурко, Ю. Е. Шарова ; [науч. ред. С. Н. Полбицын] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 112 с.

### Домашнее задание:

1. Составить и записать конспект инструктажа

Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки. Сделать фото или скрин конспекта и прислать на электронную почту: [lilya\\_polyakova\\_65@mail.ru](mailto:lilya_polyakova_65@mail.ru)

### Инструктаж

(1 час)

Продажа товаров из пластмасс.

По происхождению подразделяют на:

1. природные (природные белки, натуральный каучук, шелк, шерсть)
2. искусственные (нитроцеллюлоза, вискоза, ацетат целлюлозы)
3. синтетические: полиэтилен, полиуретаны, фенолоформальдегидные смолы.

По отношению к действию высоких температур:

- 1) термопластичные (носят обратимый характер при нагревании)
- 2) терморезистивные (при нагревании до определенных температур превращаются в неплавкое, нерастворимое состояние)

Ассортимент: по назначению:

I) Посудо-хозяйственные товары. Наиболее широкий ассортимент изготавливается из полиэтилена, полипропилена, полистирола, фенопластов.

1) изделия из пищевых продуктов:

- для сухих продуктов (сахарницы, хлебницы);
- для холодных продуктов (вазы, кувшины, банки);
- для горячих продуктов (кружки, тарелки, ложки);
- прочие хозяйственные изделия (лотки для хранения ножей, ложек, вилок, подносы);

2) изделия для непищевых продуктов:

- для ванной комнаты и туалета (корзины для белья, вешалки);
- для сада и огорода (лейки, плодосъемники, ящики для хранения инструментов);
- мебельные для интерьера (розетки, вилки, выключатели)

II) Галантерейные товары: туалетные принадлежности, расчески и гребни, одежда и фурнитура, предметы украшения и декоративные изделия, предметы для рукоделия.

III) Культтовары: канцелярские товары, фото-принадлежности, игрушки, игры, художественные изделия для массового спорта.

Изделия из пластмассы изготавливаются в соответствии с нормативными документами и образцами-эталоном. Должны быть указаны материалы, применяемые для изготовления, все материалы должны быть разрешены к применению Госкомсанэпидемнадзором РФ.

Дефекты:

- 1) инородные включения;
- 2) Повышенное водопоглощение;
- 3) Кривление (искривление формы изделия);
- 4) Трещины (узкие щели);
- 5) Раковины (пустоты в изделиях)

Маркировка:

Наносится товарный знак предприятия-изготовителя

На изделия, контактирующие с пищевыми продуктами(указание для каких видов продуктов они применяются)

Не контактирующих с пищевыми продуктами указывается «не для пищевых продуктов».

Маркировку наносят методом формования, теснения, печати, штампа.

Хранение: t+10...+20°C, ОВВ 50-70%.

Обмену не подлежат!

### Задание

Изучить технологию продажи *изделий из пластических масс*.

Составить и заполнить таблицу из 10 наименований товара:

Наименование изделия	Сырье	Артикул	Назначение	Производитель
----------------------	-------	---------	------------	---------------

Общие требования к товарам из пластмасс хозяйственного назначения изложены в ГОСТ Р 50962-96 "Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия". Обязательными требованиями к товарам из пластмасс являются: требования к внешнему виду (не допускаются следующие дефекты: раковины; вздутия; трещины; грат; разводы; линии холодного спая, подтеки, пропуск рисунка, наличие складок, проколов, трещин, литников, выступающих над опорной поверхностью; некоторые дефекты допускаются с ограничениями: царапины, следы от выталкивателя, инородные включения и др.); требования к маркировке.

При производстве изделий из пластмасс, контактирующих с пищевыми продуктами, не следует забывать, что пластмассы не являются абсолютно безопасными. Возможное выделение токсичных компонентов строго нормируется по каждому виду пластмасс.

Изделия из пластмасс на сорта не подразделяются.

Маркировка должна включать товарный знак предприятия-изготовителя. Изделия, контактирующие с пищевыми продуктами, должны также иметь следующие атрибуты маркировки: вместимость и назначение (для холодных, горячих или сыпучих продуктов). Изделия, не контактирующие с пищевыми продуктами, но по форме напоминающие аналогичную "пищевую" посуду, имеют предупреждающую надпись "Для непищевых продуктов". Методы нанесения маркировки различны: формование, деколь, тиснение, штамп, печать, гравировка. Маркировка транспортной тары, кроме обязательных атрибутов, должна включать и манипуляционные знаки: "Верх", "Хрупкое, осторожно" и др.

Упаковка изделий должна обеспечивать сохранность при транспортировании и хранении.

Прочность тары должна обеспечивать возможность многоярусной загрузки (3,3 м) без повреждений продукции. Масса брутто должна быть не более 25 кг для посуды и не более 33 кг для других видов изделий.

На каждое изделие наносят товарный знак предприятия-изготовителя.

Допускается нанесение дополнительной маркировки, не ухудшающей внешний вид изделий (номер формы изделия, гнезда).

На изделия, контактирующие с пищевыми продуктами, дополнительно наносят маркировку, содержащую вместимость изделия и указание, для каких видов пищевых продуктов они применяются (холодных, горячих или сыпучих).

На изделиях, не контактирующих с пищевыми продуктами, но форма и размеры, которых допускают возможность использования их для пищевых продуктов (например, тазы, глухие кашпо, стаканы для карандашей, мешки и т.п.), указывают: «Для непищевых продуктов».

Маркировку наносят методами формования, декалькомании, тиснения, печати, штампа, гравировкой в форме.

В случае технологической невозможности нанесения маркировки на изделие в процессе его изготовления, допускается маркировку

Указывать на ярлыке, прикрепляемом к изделию, или на аппликации. Маркировка должна быть четкой, ясной и легко читаемой.

На потребительскую тару наносят маркировку, содержащую: наименование предприятия-изготовителя и его товарный знак; наименование изделия (комплекта); номер партии; количество изделий (комплектов); дату изготовления (месяц, год); номер и фамилию упаковщика; штамп отдела технического контроля; правила эксплуатации (при необходимости); обозначение стандарта.

Маркировка транспортной тары с изделиями из пластмасс проводится с указанием манипуляционных знаков «Хрупкое, осторожно», «Вверх» и др.

Изделия одного вида упаковывают в пачки из оберточной бумаги или из термоусадочной пленки; в картонные коробки, в полиэтиленовые или бумажные мешки, в ящики из гофрированного картона, в ящики деревянные или фанерные.

Количество изделий, упакованных в пачки, способ крепления изделий, дополнительные упаковочные материалы указывают в НД на конкретное изделие или группу изделий.

Допускаются другие виды упаковки изделий, обеспечивающие их сохранность при транспортировании и хранении.

Стоит также отметить, что, как и любая продукция, изделия из пластмассы должны иметь маркировку. Большое значение при этом имеет тот факт, что маркировка изделий из пластмасс может осуществляться различными способами. Правильная маркировка изделий из пластмасс позволяет потребителю получить необходимые сведения о качестве материала, основных характеристиках изделия и условиях его эксплуатации.

Химический состав пластмасс и их свойства должны соответствовать требованиям стандартов. Пластмассы для изготовления посуды не должны содержать и выделять вредных веществ.

Изделия из пластмасс должны иметь правильную форму, установленные размеры, быть удобными в пользовании. Поверхность изделий должна быть гладкой, без дефектов. В товарах из пластмасс не допускаются трещины, коробление, царапины, вздутия, инородные включения, сколы, заусенцы, выступание литника. Дефекты не должны превышать допустимые пределы в изделии и портить его внешний вид.

Маркируют товары из пластмасс в соответствии с общими требованиями маркирования по ГОСТ Р 51121-97.

На потребительскую тару наносят маркировку с указанием наименования предприятия-изготовителя, его товарный знак, наименование изделия, номер партии, дату изготовления (месяц, год), количество изделий (комплектов), номер и фамилию упаковщика, правила эксплуатации, обозначение стандарта, штамп отдела технического контроля (ОТК).

На посудохозяйственных товарах, не предназначенных для хранения продуктов, указывают: «Для непищевых продуктов». На товарах пищевого назначения: «Для сыпучих пищевых продуктов» или «Для холодных пищевых продуктов», «Для горячих пищевых продуктов».

Хранить изделия из пластмасс нужно в сухих помещениях, на расстоянии не менее 1 м от нагревательных приборов, защищая от прямых солнечных лучей, при температуре 10 - 12°C и относительной влажности воздуха 60--65 %. При хранении изделий из пластмасс в сырых помещениях

возможно потускнение поверхности. При повышенной температуре ускоряется процесс старения пластмасс.

Изделия из пластмасс следует строго использовать с учетом рекомендаций, указанных в маркировке.

### **Подготовка товаров к продаже**

Важное значение для рационализации процесса продажи товаров и внедрение прогрессивных методов обслуживания покупателей имеет предварительная подготовка товаров к продаже.

Необходимость проведения операций предварительной подготовки товаров к продаже в магазинах объясняется тем, что значительная часть товаров, произведенных промышленными и перерабатывающими предприятиями Украины, поступает в торговлю в неподготовленном к реализации состоянии (в крупногабаритной таре, навалом, разобранными и не укомплектованными). Поэтому работники магазинов вынуждены выполнять перед подачей товаров в торговый зал различные операции, которые фактически являются продолжением процесса производства в сфере обращения.

Подготовка товаров к продаже - это комплекс операций, выполняемых с товаром в магазине перед подачей его в торговый зал (до мест продажи) и направленные на доведение его до полной готовности для продажи покупателям. Характер и объемы операций этого комплекса определяются сложностью ассортимента, свойствами отдельных товаров, особенностями их упаковки (тара, упаковка), уровнем готовности товаров к продаже, размером покупок, применением тех или иных методов продажи товаров и т.п.

Все операции предварительной подготовки товаров к продаже делятся на общие, которых нуждается любой товар, и специфические, обусловленные конкретными особенностями отдельного товара.

Комплекс общих операций предварительной подготовки товаров к продаже включает распаковку товаров, их облагороженным (предоставление товарам товарного вида), сортировка, проверка цен и маркировке товаров (заполнение ярлыков и ценников, ценникодержатели и т.д.), комплектование подарочных наборов и подготовку товаров к подаче на рабочее место.

В специфических операций подготовки товаров к продаже относят операции, необходимость выполнения которых перед подачей в торговый зал обуславливается спецификой конкретных товаров. Примером таких операций могут быть по фасовке т. н. весовых продовольственных и отдельных мелкоштучных непродовольственных товаров, накатки тканей, намотки ленты или тесьмы, предварительное нарезание товаров, разделки мяса, устранение мелких дефектов обуви, предыдущее группирование мелкоштучных изделий на картах, щите, мелкая штопка трикотажных изделий, настройка музыкальных инструментов, проверка качества действия или звучание механических и разговорных изделий, проверка комплектности и испытания в действии радиотоваров, настройка телевизоров, очистки мебели от пыли и т.п.

Общие операции предварительной подготовки товаров к продаже в магазинах предусматривают:

- Распаковка - освобождение товара от транспортной тары. Основное требование к этой операции - сохранение количества и качества товаров, тары и упаковки;
- Сортировка - группировка товаров по товарным группам, видам, размерам, сортам, другими ассортиментным признакам, а также проверка соответствия цены, сортности, указанных на маркировке и в сопроводительных документах, прейскурантам договорам;
- Облагораживание (предоставление товарного вида) - очистка от пыли, загрязнений, зачистка верхнего слоя товаров, потерявший товарный вид, глажка товаров, протирание заводской смазки, устранение мелких дефектов и т. п.;
- Маркировка - оформление и прикрепление (пришивания, приклеивание) к товарам ярлыков с указанием наименования изделия, его артикула, сорта, размера, цены (для обозначения цены могут применяться специальные ценники);
- Комплектование подарочных наборов - объединение в единый набор товаров различных наименований общего назначения.

Как правило, подарочные наборы комплектующих с галантерейных товаров (часто - в сочетании с трикотажными и парфюмерно-косметическими товарами). При комплектовании наборов должны учитываться направления моды и покупательский спрос. Недопустимо включение в наборы наряду с

товарами высокого качества, повышенного спроса отдельных неходовых товаров. Подарки должны быть подобраны со вкусом и красиво оформлены. Для оформления можно заказать упаковку, для нанесения изображения может подойти UV-печать – печать на стекле, печать на пластике;

- Подготовка товаров к преподаванию в торговом зале - укладка товаров в специальную тару, контейнеры, лотки, тару-оборудование, корзины, ящики, тележки, выполнения операций по сбору товаров, поступивших в магазин в разобранном виде.

Подготовку товаров к продаже проводят, как правило, в специально отведенных для этого помещениях магазинов распаковочная, фасовочных, мастерских по мелкому ремонту товаров и т.п.; операции по комплектованию подарочных наборов и оформление и прикрепление этикеток (ценников) могут осуществляться непосредственно в торговом зале.

Выполнение операций предварительной подготовки товаров к продаже в небольших магазинах возлагается на продавцов, которые осуществляют их до открытия магазина, в крупных магазинах эти операции выполняют специально определенные сотрудники. Важным условием эффективного осуществления этих операций является наличие в магазине соответствующего оборудования, инструментов и материалов.

Подготовка товаров к продаже создает предпосылки для применения самообслуживания и других прогрессивных методов продажи, обеспечивает высокую производительность труда продавцов при обслуживании покупателей, сокращение товарных потерь, снижения издержек обращения, повышению эффективности работы магазина и прежде улучшает внешний вид товаров и позволяет сотрудникам торгового зала основное внимание уделять именно обслуживанию покупателей, т.е. повышению культуры обслуживания. Вместе оптимальным местом выполнения операций значительная часть этих операций (сортировка, упаковка, фасовка, маркировка) в связи с их производственным характером все-таки следует признать сферу производства (промышленные, перерабатывающие предприятия), а в крайнем случае - предприятия оптовой торговли. Централизация операций предварительной подготовки товаров на производственных предприятиях и в торговле позволяет применять современное высокопроизводительное оборудование, а также сокращать количество технологических операций в магазинах и рационально использовать их площадь.

Выполнение операций предварительной подготовки товаров к продаже создает возможность для представления товаров в надлежащем виде в торговый зал. Для перемещения товаров в торговый зал используют ручные или электрические грузовые тележки, тару-оборудование и т.д. Товары, подготовленные к продаже, перемещают в торговый зал для пополнения товарных запасов в то время, когда в нем находится минимальное количество покупателей, чтобы не создавать препятствий для их обслуживания.

### **Рекомендации по организации выкладки**

Особое значение имеет правильная выкладка. Здесь она нужна, чтобы посетитель смог быстро найти необходимую позицию среди большого разнообразия. А грамотное размещение продуктов с учетом расценок позволит увеличить размер среднего чека.

Основными вариантами выкладки хозтоваров являются:

- 1) Вертикальная. Продукты одной категории, но с разными ценами, выставляются на полки друг под другом. На уровне глаз лучше ставить продукцию со средними расценками. Внизу – дешевую, а сверху – наиболее дорогую.
- 2) Горизонтальная. Товары одной группы выставляются на одну или несколько полок – в зависимости от их количества. Градация цен идет от самых высоких до низких по ходу движения покупателя.
- 3) Дисплейная. Обычно она предусматривает выделение целого стеллажа с конкретным тематическим оформлением для категории или бренда.
- 4) Массовая. Предусматривает расположение большого количества одинаковых или схожих вещей в одном месте.

Продукция размещается в отдельном боксе или на специальной конструкции. Наблюдаются варианты, когда она выложена на поддоны просто на полу. Обычно выкладка такого типа используется для сезонных или акционных товаров.

В хозяйственных магазинах уместна выкладка навалом. Она подразумевает размещение определенного количества продукции в специальных контейнерах. Обычно этот вариант подходит для бюджетных товаров, которые покупатели берут в качестве импульсных покупок. Таким образом размещают детскую продукцию небольших размеров. Доступность к выбору повышает интерес у детей, а их родителей привлекает невысокая стоимость данных позиций.

При организации выкладки важно учитывать правила:

- размещать сопутствующие товары ближе друг к другу;
- следить за наличием ценников и их корректностью;
- при необходимости выставлять один товар без упаковки для примера, чтобы покупатели не пытались открывать все коробки;
- проверять целостность и чистоту упаковки, так как именно в хозяйственных магазинах особенно высокой является вероятность повреждения.

Важно, чтобы весь персонал магазина был знаком с представленными рекомендациями. Именно от продавцов и менеджеров зависит поддержка выкладки в надлежащем состоянии. Саму же планировку стоит доверить профессиональным мерчендайзерам, которые смогут разработать планыграммы с учетом правил и современных тенденций. В данном случае можно обратиться в компанию OPEN Group с многолетним опытом работы в данной сфере. Ее специалисты учтут все пожелания руководства магазина и подготовят максимально эффективный план в сжатые сроки.

### Пример выкладки хозяйственных товаров из пластмасс





### **Как правильно оформить ценники**

Информация на ценнике должна быть достоверной и понятной, чтобы сообщить покупателю стоимость товара и помочь сделать выбор (ст. 10 Закона О правах потребителей).

К оформлению ценников есть общие требования и дополнительные, которые относятся к определенным товарам.

Требования прописаны в Постановлении Правительства от 31.12.2020 № 2463.

#### **Общие требования**

#### ***Все ценники оформлены одинаково***

Оформление можете выбрать сами, но важно единообразие: у всех ценников в магазине должны быть одинаковыми форма, шрифт, цвет, материал и способ, как написана информация. Для молочной продукции есть исключение, читайте ниже в разделе «Дополнительные требования».

Допустимо добавлять стикеры и наклейки яркого цвета к товарам, на которые проводите акцию. Но не нарушайте правила единообразия.

Ценники можно напечатать или написать от руки — на бумаге, в цифровом виде или даже на грифельной доске. Главное — выбрать единый стиль для всех ценников.

### ***У каждого товара свой ценник***

Ценник устанавливайте так, чтобы клиентам было понятно, к какому товару он относится. Для каждого товара делайте отдельный ценник, даже если цена группы ассортимента одинаковая. Например, если вы продаете полотенца одного производителя и одинакового размера, но разных цветов — для каждого цвета нужен отдельный ценник.

Есть исключение, которое прописано в Информации Роспотребнадзора от 07.05.2016 «О допустимых способах оформления ценников». Если проводите акцию или распродажу, можно использовать общий ценник с указанием единой цены за единицу товара. Например, несколько разных видов геля для душа можно сложить в одну корзину и поставить один ценник на все эти гели.

Для разносной торговли есть другое правило. Если вы продаете не в магазине, а например, в поезде, вместо ценников нужно составить прейскурант с ценами и наименованиями товаров. Тот, кто составлял прейскурант, ставит под ним подпись.

### ***Указаны цена, наименование и сорт товара***

Напишите цену за вес или единицу товара, после цифр укажите, что цена в рублях. Наименование должно быть понятным покупателю, чтобы он не спутал, к какому товару относится ценник.

Если вы продаете в кредит, укажите полную стоимость кредита. Пропишите на ценнике условия рассрочки, если предлагаете такую форму оплаты.

Укажите сорт или вид товара, если они есть. Например, мука высшего сорта, столик туалетный с зеркалом.

Дата печати ценника, подпись и печать ответственного лица не обязательны.

### ***Если есть скидка, указано две цены***

Напишите на ценнике начальную цену и стоимость с учетом скидки. Обе цены пропишите четко и понятно, чтобы не ввести клиента в заблуждение.

### ***Дополнительные требования***

Для некоторых товаров есть отдельные требования, они прописаны в Постановлении Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463.

#### ***Бытовая техника***

Укажите в ценнике марку, модель, артикул и технические характеристики.

#### ***Одежда, обувь, белье и ткани***

Пропишите артикул, размер, состав, а для меховых изделий еще вид и цвет меха, если они не указаны на ярлыке.

#### ***Стройматериалы***

Если на упаковке не указан материал, отделка, марка и размер, пропишите это в ценнике. Для комплектов укажите, какое количество товаров входит.

#### ***Мебель***

Кроме наименования укажите назначение предмета мебели, из чего он сделан и за какое время его привезут клиенту, если оказываете услуги доставки.

#### ***Молочная продукция***

Ценники для молочных продуктов с заменителем молочного жира и без должны визуально отличаться: цветом или надписью «Продукт без заменителя молочного жира» на полезной молочке. Примеры есть в п. 5 Приказа Минпромторга России № 2098, Роспотребнадзора № 368 от 18.06.2019.

#### ***Ювелирные изделия***

Укажите общую цену изделия и стоимость за 1 грамм без вставок. На изделие прикрепите ярлык с пломбой, где есть наименование, изготовитель, вид драгоценного металла, артикул, проба, масса и характеристики вставок. Если камень в украшении искусственный, подпишите, что камень не является драгоценным.

#### ***Вещи в комиссионках***

В ценнике вещи, которая уже была в употреблении, укажите состояние (б/у) и пропишите недостатки.

Мастер п/о Полякова Л.С.