

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ТОГБОУ СПО «ЖЕРДЕВСКИЙ КОЛЛЕДЖ САХАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

**Учебно-практическое пособие для студентов  
специальности 38.02.04. «Коммерция» ( по отраслям)  
по ПМ 01. «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»  
МДК 01.02 ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ**

Учебно-практическое пособие по Мдк 01.02 «Организация торговли » разработано для студентов изучающих ПМ01.Организация и управление торговле-сбытовой деятельностью . Пособие призвано дать студентам необходимый минимум знаний по данной мдк01.02 Организация торговли и оказать помощь при подготовке к занятиям.В конце каждой темы приведены вопросы для самоконтроля. Пособие соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования 38.02.04.Коммерция ( по отраслям)

Автор: преподаватель Молчанова В.В.

Рецензент :

зам директора ЗАО «Тандер» магазин «Магнит» Н.В. Аносова.

## СОДЕРЖАНИЕ

стр.

Введение.....	4
ТЕМА 1. Оптовая торговля.....	5
Вопросы для самоконтроля.....	
ТЕМА 2. Инфраструктура розничной торговли.....	8
Вопросы для самоконтроля.....	
ТЕМА3. Организация и технология приемки товаров по качеству.....	13
ТЕМА 4. Работа на ККМ 12	
Вопросы для самоконтроля.....	20
ТЕМА5. Правовая защита потребителя.....	23
Вопросы для самоконтроля	
Задания по практическим занятиям.....	27
Литература и информационные ресурсы.....	44

## **Введение**

Учебное пособие по Мдк 01.02 Организация торговли разработано для студентов специальности СПО 38.02.04.Коммерция изучающих профессиональный модуль ПМ 01.Организация и управление торгово- сбытовой деятельностью. Для освоения компетенций ПК1,ПК2,ПК3,ПК4,ПК5,ПК10 разработаны задания для практических занятий , позволяющие студентам развивать и совершенствовать общие компетенции.

Учебное пособие содержит основной теоретический блок по вопросам организации торговли и практические задания для выполнения практических занятий. Для выполнения задания студент выбирает исходные данные по своему варианту.

Практические задания содержат методические рекомендации по выполнению заданий. С целью овладения перечисленными профессиональными компетенциями , студенты могут использовать учебное пособие для самостоятельной работы в ходе обучения.

## Тема 1. Оптовая торговля

Оптовая торговля представляет собой любую деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их или в целях дальнейшего использования (переработка, пошив), или перепродажи. Виды оптовых предприятий :осуществляющие полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности на товар к оптовому звену; оптовики-купцы, приобретающие право собственности на все товары, с которыми они имеют дело (в разных сферах деятельности их называют по-разному: оптовые фирмы, базы, дистрибьюторы, торговые дома. )

Оптовики-купцы бывают двух видов: с полным циклом обслуживания и с ограниченным циклом обслуживания.

- а) оптовик, торгующий за наличный расчет и без доставки товара, занимается ограниченным ассортиментом ходовых товаров, которые он продает мелким розничным торговцам с немедленной оплатой покупки без вывоза купленного;
- б) оптовик-коммивояжер не только продает, но и сам доставляет товар покупателям. Такой торговец занимается ограниченным ассортиментом продуктов кратковременного хранения, которые он продает за наличный расчет, совершая объезды универсамов;
- в) оптовик-организатор работает в отраслях, для которых характерна бестарная перевозка грузов, таких, как каменный уголь, лесоматериалы, тяжелое оборудование. Такой оптовик не держит товарных запасов и не занимается товаром непосредственно. Получив заказ, он находит производителя, который отгружает товар.

Оптовик-коммивояжер не только продает, но и сам доставляет товар покупателям. Такой торговец занимается ограниченным ассортиментом продуктов кратковременного хранения, которые он продает за наличный расчет, совершая объезды универсамов, мелких магазинов, больниц, ресторанов и кафе;

Оптовик-организатор работает в отраслях, для которых характерна бестарная перевозка грузов, таких, как каменный уголь, лесоматериалы, тяжелое оборудование. Такой оптовик не держит товарных запасов и не занимается товаром непосредственно. Получив заказ, он находит производителя, который отгружает товар .

Оптовик-консигнант обслуживает магазины розничной торговли. Оптовик-консигнант высылает в магазин товары, а его представитель оборудует в торговом зале выкладки. Оптовик-консигнант сам назначает цену на товары, устраивает экспозиции и ведет учет товарно-материальных запасов. Оптовики-консигнанты торгуют на условиях консигнации — сохраняют за собой право собственности на товар, а счета розничным торговцам выставляют только за то, что раскуплено

Оптовик-посылторговец рассылает каталоги на ювелирные изделия, косметику и прочие мелкие товары клиентам из сферы розницы, промышленного производства и разного рода учреждениям. Основные заказчики такого оптовика — организации, расположенные в близлежащих районах. Выполненные заказы высылают клиентам по почте или доставляют автомобильным транспортом. Агенты и брокеры отличаются от оптовиков-купцов по двум показателям: они не берут на себя права собственности на

товар и выполняют лишь ограниченное число функций. Их основная функция — содействие купле-продаже.

Агент представляет покупателя или продавца на более долговременной основе. Организаторы оптового оборота, не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота товаров (ярмарки, товарные биржи, аукционы, оптовые рынки)

Оптовая продажа товаров в отличие от розничной представляет собой реализацию товаров оптовым покупателям (предприятиям или частным лицам для дальнейшей перепродажи). Результат такой продажи выражается определенной суммой оптового товарооборота - одного из основных показателей деятельности оптового предприятия (фирмы).

Оптовая продажа товаров может осуществляться в двух формах - транзитом, когда оптовое предприятие продает товары без завоза их на свои склады, и продажей товаров со своих складов. Результатом этих форм продажи будет являться соответственно оптовый транзитный оборот и оптовый складской товарооборот. В оптовом товарообороте баз преобладающий удельный вес приходится на оптовый складской товарооборот. Транзитный оборот оптовых баз подразделяется на оборот с участием в расчетах (оплаченной или с вложением базой собственных средств) и без участия в расчетах (неоплаченный). При транзите с участием в расчетах база оплачивает поставщику стоимость отгруженного товара, которую затем получает от своих покупателей. При транзите без участия в расчетах поставщик предъявляет к оплате счета не оптовой базе, а непосредственно покупателю. При организации транзитного оборота оптовая база выполняет посредническую роль между поставщиком и получателем. Однако она заключает с поставщиками и получателем договора, предъявляет разрядки (наряды), контролирует выполнение договоров. Трудоемкость транзитного оборота значительно ниже складского, поэтому при относительно высоких размерах транзитных наценок он выгоден для оптовых баз. Основанием для транзитной отгрузки товаров является наряд, который выписывается оптовым предприятием и адресуется конкретному поставщику (изготовителю), а копия отсылается покупателю - клиенту базы. Наряд на несколько грузополучателей - это разрядка. Разрядка I квартала, как правило, прилагается к договору, а на последующие - представляются покупателем в определенный срок до начала соответствующего квартала. Копии разрядок высылаются всем грузополучателям. Наряды и разрядки выписываются по единообразным формам, содержащим корреспондентскую (реквизиты поставщика и покупателя, основание наряда, наименование плательщика) и фактурную (наименование товара, количество, сумма и цена).

При оптовом складском обороте применяются следующие методы оптовой продажи товаров со складов:

1. по личной отборке товаров покупателями;
2. по письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам;
3. через разъездных товароведов и передвижные комнаты товарных образцов;
4. через автосклады;
5. почтовыми посылками. (продажа товаров с личной отборкой практикуется по изделиям сложного ассортимента (ткани, швейные изделия, трикотаж и др.), когда выбор фасонов, рисунков, расцветок требует участия представителя покупателя.

Для создания удобств покупателям в отборе товаров оптовые базы потребительской кооперации организуют оптовую продажу товаров через залы товарных образцов или торгово-коммерческие павильоны.

Зал товарных образцов - это коммерческий центр современной базы. В нем сосредоточена основная работа, связанная с организацией продажи товаров: ознакомление покупателей с образцами товаров, имеющихся на складах, а также с новыми товарами, оформление соответствующей документации на продажу и оперативный учет товаров. В зале размещаются рабочие места товароведов-реализаторов и фактуристов, которые в зависимости от специализации складов формируются в соответствующие отделы и группы. Товаровед-реализатор вместе с представителем покупателя на основе ознакомления с образцами и отбора покупателем товаров оформляет в трех экземплярах заказ на отборку товаров на складе, который они оба и подписывают. Один экземпляр заказа передается покупателю для контроля, другой - для выписки счета-фактуры, третий - на склад для индивидуальной отборки и подготовки товаров к отпуску.

Продажа товаров по письменным, телеграфным и телефонным заявкам без предварительной личной отборки осуществляется по товарам простого ассортимента или хорошо известным товарам. К эффективным формам оптовой продажи относится торговля через передвижные комнаты товарных образцов и разъездных товароведов, а также через автосклады. Передвижные комнаты товарных образцов оборудуются в кузовах автомашин, оснащаются выдвигаемыми ящиками, витринами с образцами различных товаров, а также списками, альбомами, каталогами, на основе которых разъездной товаровед оформляет в магазинах заявки на доставку товаров.

В отличие от передвижных комнат товарных образцов автосклады загружаются на базе товарами и отпускают товары магазинам. С помощью автосклада можно наладить эффективное снабжение мелких и отдаленных магазинов с одним продавцом, не закрывая их на время выезда продавца за товаром.

Отдельные оптовые базы организуют через почтовые отделения связи отправку населению или магазинам посылок с различными непродовольственными товарами. Эта форма торговли осуществляется по специальным каталогам, в которых дается характеристика отправляемых посылок товаров, а также условия их оплаты и порядок заказа. Отправка посылок с товарами непосредственно населению называется индивидуальной или розничной посылочной торговлей, магазинам - мелкооптовой посылочной торговлей. Индивидуальная посылочная торговля, или торговля по каталогам, имеет перспективы для населения, особенно для жителей небольших населенных пунктов, где отсутствует стационарная розничная торговая сеть. К основным показателям, характеризующим работу оптового склада относят: грузооборот, себестоимость складской переработки, коэффициент полезного объема, коэффициент полезной площади, грузонапряженность.

Грузооборот считают делением товарооборота на среднюю стоимость грузов  
- Удельный грузооборот склада. Характеризует количество груза, приходящегося на 1 м<sup>2</sup> общей площади склада.

Ёмкость склада показывает, какое максимальное количество товаров может одновременно храниться на складе. Определяется ёмкость склада перемножением товарного запаса и полезной площади склада.

Полезная площадь - это площадь предназначенная для приёмки, хранения, подработки, подсортировки, комплектования, упаковки товара и его отправки. Площадь склада определяется параметрами внутренних складских помещений.

Производительность труда работников определяется делением товарооборота на численность или делением грузооборота на численность.

-Себестоимость складской переработки 1 тн груза определяется делением суммы годовых эксплуатационных расходов на годовой грузооборот.

-Коэффициент использования площади - отношение полезной площади к площади общей.  
( норма 0,25- 0,6)

-Коэффициент использования объёма - отношение объёма стеллажей с товарами к общему объёму.( норма 0,3 -0,5)

-Грузонапряжённость склада - допустимая нагрузка на 1м<sup>2</sup> площади.

### **Вопросы для самоконтроля:**

Какие критерии существуют для эффективности использования склада ?

Как определяется грузооборот склада ?

Какой показатель определяет общий объём работ на складе ?

Что характеризует грузонапряжённость склада?

Какие виды оптовых предприятий вы знаете?

Какие бывают формы оптовой торговли ?

Как организуется торговый процесс в оптовой торговле?

Какие показатели характеризуют работу оптового склада?

### **Тема2.Инфраструктура розничной торговли.**

Торговое предприятие представляет собой имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли. Совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением, называется торговой сетью. Торговая сеть может быть стационарной и нестационарной. Стационарная торговая сеть — сеть, расположенная в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях. Нестационарная торговая сеть — сеть, функционирующая на принципах разносной и развозной торговли (палатки, автолавки, автоцистерны и т.п.).

Торговое предприятие может оптовым или розничным. Предприятие оптовой торговли — предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи, а также оказывающее услуги по организации оптового оборота товаров. Предприятие розничной торговли — торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования (магазины, павильоны, киоски и палатки).

Предприятия розничной торговли могут быть классифицированы по ассортименту реализуемых товаров. Различают универсальные, специализированные магазины, магазины с комбинированным, а также смешанным ассортиментом товаров.

Универсальный магазин представляет собой предприятие розничной торговли, реализующее универсальный ассортимент продовольственных и (или) непродовольственных товаров.

Специализированный магазин представляет собой предприятие розничной торговли, реализующее одну группу товаров или ее часть.

Магазин с комбинированным ассортиментом товаров представляет собой предприятие розничной торговли, реализующее несколько групп товаров, связанных общностью спроса и удовлетворяющих отдельные потребности.

Магазин со смешанным ассортиментом товаров представляет собой предприятие розничной торговли, реализующее отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров



Предприятия торговли квалифицируются по виду, торговой площади и формам торгового обслуживания покупателей (например, универмаг, универсам, магазин «Ткани», магазин «Продукты» и т.д.).

Торговое объединение представляет собой добровольное договорное объединение, созданное торговыми предприятиями, сохраняющими свою самостоятельность и права юридического лица, для координации предпринимательской деятельности, представления и защиты общих имущественных интересов и являющееся некоммерческой организацией.

Торговый комплекс — совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности.

Торговый центр — совокупность торговых предприятий и (или) предприятий по оказанию услуг, реализующих универсальный ассортимент товаров и услуг, расположенных на определенной территории, спланированных, построенных и управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории стоянку для автомашин.

Торговый дом — многопрофильное торговое предприятие, интегрированное в производственную, финансовую и внешнеэкономическую сферы.

Магазин — специально оборудованное стационарное здание (или его часть), предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже.

Важным элементом системы торгового обслуживания покупателей является используемый метод продажи товаров в магазине. Этот показатель не только формирует тип магазина, но и определяет содержание всех основных и значительной части вспомогательных торгово-технологических процессов. Для покупателей он в значительной мере определяет удобства совершения покупок в магазине и объем затрат времени на обслуживание.

Под методом продажи понимается совокупность приемов осуществления всех основных операций, связанных с непосредственной реализацией товаров покупателям. К числу основных операций продажи товаров в магазине относятся:

ознакомление покупателя с реализуемым ассортиментом товаров;

формирование мотивации выбора товаров покупателем;

отбор выбранных товаров;

расчет за отобранные товары и получение покупки.

Методы продажи:

продажа товаров с индивидуальным обслуживанием покупателей представляет собой метод продажи, при котором все основные ее операции осуществляются при участии продавца;

продажа товаров со свободным доступом к ним покупателей, при которой товары открыто размещаются на рабочем месте или в зоне обслуживания продавца, что позволяет покупателям свободно производить их осмотр и отбор с осуществлением последующих операций (взвешивание, расчет, упаковка) продавцом.

продажа товаров покупателям по образцам - товар представлен индивидуальными образцами, к которым обеспечен свободный доступ. После самостоятельного осмотра товара и формирования мотивации его выбора, покупатель рассчитывается за него и получает покупку.

Разновидностью этого метода является продажа товаров по каталогам («посылочная торговля»).

продажа товаров при полном самообслуживании покупателей («самообслуживание») представляет собой метод продажи, при котором покупатели имеют свободный доступ ко всем товарам, открыто выложенным в торговом зале, самостоятельно отбирают и доставляют их к местам расчета и оплачивают их в линиях горок или в централизованном узле расчета при выходе из магазина (этажа). Этим методом можно реализовать подавляющее число групп товаров.

Наряду с выбором эффективных методов продажи товаров важную роль в повышении уровня

обслуживания покупателей играет предоставление им различных дополнительных услуг. С точки зрения взаимосвязи с процессом продажи товаров все дополнительные услуги, оказываемые покупателям в магазинах, могут быть подразделены на три основные группы: Услуги, оказываемые покупателям в процессе осуществления ими покупок товаров. Услуги, оказываемые покупателям в процессе послепродажного их обслуживания. Услуги, не связанные непосредственно с продажей конкретных товаров.

Формирование ассортимента товаров осуществляется постоянно во всех звеньях — от производства до потребления, оно связано с конкретным предприятием и определяется ассортиментной политикой предприятия.

Под ассортиментной политикой понимают цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, определяемые руководством организации. Цель организации в области ассортимента — формирование реального или прогнозируемого ассортимента.

Основные направления в области формирования ассортимента:

Сокращение ассортимента - это количественное и качественное изменение набора товаров за счет уменьшения его широты и полноты. Основными причинами сокращения ассортимента могут быть падение спроса, недостаточность предложений, убыточность или низкая прибыльность при реализации товаров;

Расширение ассортимента - это количественное или качественное изменение набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны. Причинами расширения ассортимента могут быть: увеличение спроса и предложения, высокая рентабельность производства и реализации товаров, появление новых товаров или новых производителей;

Стабилизация ассортимента - это состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления. Это способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары (в большей степени характерно для продовольственных товаров повседневного спроса);

Обновление ассортимента - это качественные и количественные изменения набора товаров, который способен удовлетворить изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Основными причинами обновления являются:

- появление новых потребностей;
- замена морально устаревших товаров;
- необходимость повышения качества и конкурентоспособности;
- стимулирование спроса.

Потребителями новых товаров являются так называемые новаторы, потребности которых часто меняются;

Совершенствование ассортимента — это количественные и качественные изменения набора товаров для повышения его рациональности. Под рациональностью понимают способность набора товаров наиболее полно реально удовлетворять обоснованные потребности разных групп (сегментов) потребителей;

Гармонизация ассортимента - это количественные и качественные изменения набора товаров, отражающие степень близости реального ассортимента к оптимальному при реализации и использовании. Стремление к гармоничности при формировании ассортимента выражается в специализации магазинов или отдельных секций.

Товарный ассортимент любого оптового торгового предприятия можно условно разделить на три составляющие:

- базовый ассортимент товаров — это товары, отражающие ассортиментный профиль оптового торгового предприятия, которые постоянно имеются в наличии и на которые приходится не менее 50% продаж;
- «привлекательные» товары - это товары, которые способны выделить торговое предприятие среди его конкурентов и которые нередко являются для покупателей показателем уровня цен;

- дополняющие товары - это товары, которые могут обеспечить комплексное удовлетворение требований покупателей, и их присутствие в ассортименте торгового предприятия вызывает большее доверие покупателей.

Товарный ассортимент розничного торгового предприятия тесно связан с его ассортиментным профилем. Поэтому при формировании ассортимента розничного торгового предприятия необходимо учитывать вид и тип розничного предприятия.

В товарном ассортименте любого розничного предприятия выделяют следующие группы товаров:

- основная группа товаров — это товары, приносящие основную прибыль предприятию;
- поддерживающая группа товаров — товары, стабилизирующие доходы от продаж;
- уходящая группа товаров — товары, приносящие слишком малую прибыль или даже продаваемые с убытками;
- стратегическая группа товаров — товары, призванные обеспечить в будущем основную прибыль;
- тактическая группа товаров — товары, призванные стимулировать продажи основных товарных групп.

Товарный ассортимент розничного торгового предприятия должен создаваться не только в соответствии с видом торгового предприятия, но и с особенностями покупательского спроса населения, прежде всего, данного района, который входит в его «торговую зону».

На процесс формирования ассортимента предприятий розничной торговли оказывают влияние демографические, экономические, социальные, национально-бытовые и природно-климатические факторы.

В настоящее время существуют разные схемы торгового процесса:

Первая схема включает приемку товаров по количеству и качеству, подачу их сразу же в торговый зал для продажи. Она наиболее прогрессивна и возможна только при поставке товара в таре-оборудовании, полностью подготовленной к продаже, что исключает из технологического процесса самые трудоемкие операции.

По второй схеме технологический процесс включает приемку, хранение и продажу товаров. В данном случае возникает необходимость в специальных помещениях для хранения.

При третьей схеме товары, поступившие в магазин, требуют предварительной подготовки к продаже (фасовки, утюжки, чистки и т.д.).

Главными принципами организации внутримагазинного технологического процесса являются:

- комплексный подход к определению рациональной схемы технологического процесса для конкретного магазина;
- соответствие технологии работы магазина современному научно-техническому уровню развития торговли, достижениям отечественного и зарубежного опыта;
- экономическая эффективность принятой технологической схемы работы магазина, обеспечивающая рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов.
- создание условий для полной сохранности товаров и их потребительской стоимости;

- сокращение применения ручного труда и повышение эффективности использования торгово-технологического оборудования.

Основными направлениями рационализации технологического процесса магазинов являются широкое внедрение прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей, разработка рациональных схем технологической планировки, повышения уровня технического оснащения, обеспечение бесперебойного снабжения товарами, их рациональное размещение и выкладка, совершенствование работы узлов расчета. В своей работе продавцы и другие работники торговли должны руководствоваться следующим документом: «Закон РФ «О защите прав потребителей». Утвержден Президентом РФ 07.02.1992 г. № 2300-1.

Настоящий закон регулирует отношения между потребителями и предпринимателями, устанавливает права и механизм реализации этих прав.

Этапы обслуживания:

1. Встреча, приветствие покупателя.
  2. Выявление спроса у покупателя.
  3. Предложение и показ товара.
  4. Консультация о свойствах товара.
  5. Предложение сопутствующих товаров.
  6. Подготовка товаров к отпуску.
  7. Расчет с покупателем.
  8. Отпуск товара.
  9. Предложение дополнительных услуг.
- 
1. Продавец должен приветливо встречать каждого покупателя.
  2. Находясь в торговом зале, за прилавком, нельзя вести частые разговоры, принимать пищу, читать.
  3. Если покупатель обратился со справкой о товарах, продаваемых в других отделах, или с другими вопросами, касающимися работы магазина, продавец должен дать справку или направить покупателя к администратору. Справки должны быть исчерпывающими и правильными.
  4. При осмотре и выборе покупателями товара продавец должен быть терпеливым, внимательным, предупредительным. Показ товара сопровождать краткой характеристикой. Продавая технически сложные товары, необходимо проверить их качество, комплектность, продемонстрировать их действие, а так же сделать соответствующие отметки в гарантийном талоне или паспорте.
  5. Необходимо быть одинаково внимательным ко всем покупателям, независимо от стоимости приобретаемой покупки, длительности выбора товара, внешности и возраста покупателя.
  6. Отпуская товар и производя расчеты с покупателем, строго соблюдайте розничные цены, правила торговли, очередность обслуживания. При получении покупки покупателем его следует поблагодарить.
  7. Отпуск товаров необходимо производить чистым весом и полной мерой. По просьбе покупателя продавцы обязаны производить нарезки гастрономических товаров. Взвешивание и обмеривание товара за прилавком производится в присутствии покупателя.
  8. Следует предлагать покупателю сопутствующие товары, разъяснить свойства новых товаров, способ их употребления.
  9. При отсутствии товара, необходимо покупателю предложить равноценный заменяющий товар или сообщить адрес магазина, торгующего товарами аналогичного ассортимента.
  10. Обмен и возврат товаров производить с разъяснением действующих правил. Если покупатель остался недоволен, направьте его к администрации магазина.

- 11.Рекомендуйте покупателю пользоваться дополнительными услугами магазина.
12. Продавец может уходить с рабочего места, только закончив обслуживание покупателей. Уходя на короткое время, необходимо в вежливой форме предложить очередному покупателю перейти к другому продавцу.

### **Вопросы для самоконтроля:**

- Какие виды розничных предприятий вы знаете?
- Какие типы розничных предприятий вы знаете?
- Какие методы продажи бывают в розничной торговле?
- Что называется торгово- технологическим процессом?
- Как рассчитать коэффициент установочной площади?
- Как рассчитать коэффициент выставочной площади?
- Как рассчитать коэффициент завершённости покупок?
- Какие вы знаете типы и виды розничных предприятий?
- Что такое формирование ассортимента?
- Какие показатели характеризуют формирование ассортимента?
- Какие этапы обслуживания покупателей вы знаете?

### **ТЕМА3.Организация и технология приемки товаров по качеству**

Приемка товаров по количеству и качеству в магазине должна осуществляться в соответствии с правилами, установленными в инструкциях «О порядке приемки продукции по количеству и качеству».

- Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству П-6;
- Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству П-7.

Установленные этими инструкциями нормы применяются во всех случаях, если в стандартах, технических условиях, или других обязательных правилах не предусмотрен другой порядок приемки товаров.

Количество сверяется с товарно-транспортной накладной (ТТН), счет-фактурой. Качество товара должно соответствовать сертификату качества, ГОСТу, гигиеническому сертификату.

**1. Текстильные и швейно-трикотажные товары** по ГОСТ 9173-86 принимают партиями. За партию принимают количество единиц продукции одного наименования, одного артикула, одного сорта, оформленное сопроводительными документами. Допускается одним

документом, направляемым потребителю, оформлять несколько партий. Количественная приемка осуществляется на складе методом сплошной проверки. Если товар не соответствует качеству, то вызывают представителя поставщика.

## **2. Кожевенно-обувные товары.**

### Требования к качеству обуви.

Вся обувь должна соответствовать нормативно-технической документации. Обувь должна быть парной, чистой, без складок, морщин, пятен, одноименные детали в паре должны быть одинаковыми по плотности, толщине, форме, размерам, цвету и рисунку.

## **3. Парфюмерно-косметические товары** по ГОСТ Р 50962-92 принимают партиями.

За партию принимают количество одноименной продукции, выработанное за одну смену и оформленное одним документом о качестве. Партией на оптовых базах, складах и в розничной торговой сети считают продукцию одного наименования, полученную по одному транспортному документу, накладной или счету.

Требования к качеству: все косметические товары должны соответствовать требованиям ГОСТа, иметь сертификат соответствия, гигиенический сертификат.

## **4. Изделия из пластмасс** по *ГОСТ 28389-89* принимают партиями. Партией считают

количество изделий одного наименования и размера, изготовленных из одного материала по одному технологическому регламенту и иному технологическому документу и чертежам. Количество изделий в каждой партии не должно превышать суточную выработку.

Требования к качеству: изделия из пластмасс должны быть изготовлены в соответствии с нормативными документами и образцами-эталоном. Должны быть указаны материалы, применяемые для изготовления, все материалы должны быть разрешены к применению Госкомсанэпидемнадзором РФ.

## **5. Синтетические моющие средства и товары бытовой химии** должны

соответствовать требованиям, установленным техническим регламентом. Поставляются на рынок и реализовываются только в том случае, если они не представляют опасности для здоровья и безопасности людей при использовании по назначению. Синтетические моющие средства и товары бытовой химии допускаются к реализации при условии, что они надлежащим образом упакованы, маркированы, снабжены информацией по безопасному хранению, перевозке и реализации.

## **6. Силикатные товары** по *ГОСТ 28390-89* принимают партиями. За партию

принимают количество изделий, изготовленных из одного материала при неизменном технологическом режиме (но не более 35000 шт.) и сопровождаемое документом о качестве. Комплектные изделия принимаются поштучно.

**Выкладка:** все изделия, входящие в комплект, на витрине выставляются полностью. Стекланные изделия выкладывают на витрины, прилавки-витрины, пристенные горки так, чтобы покупатель мог видеть весь ассортимент товаров.

## **7. Качество металлохозяйственных товаров** определяется в соответствии с ТУ и

ГОСТами. Эти документы предъявляют основные требования к качеству, исключая наличия дефектов, снижающих прочность, гигиеничность и эстетические свойства металлической посуды.

## **8. Электробытовые товары.** При приемке по качеству о скрытых недостатках,

обнаруженных в товарах *с гарантийным сроком службы*, акт составляют в течение 5 дней с момента их выявления, но в пределах установленного гарантийного срока.

Акт о скрытых недостатках товаров, *гарантийный срок на которые не установлен*, составляют в пятидневный срок с момента обнаружения дефекта, но не позднее 4-5 месяцев со дня поступления товаров.

Для того, чтобы сохранить качество поставляемых продовольственных товаров и для правильной и эффективной организации приемки товаров по качеству изготовитель обязан обеспечить следующие условия:

- строгое соблюдение установленных правил упаковки и затаривания продукции, маркировки и опломбирования отдельных мест;

- отгрузку (сдачу) продукции, соответствующей по качеству и комплектности требованиям, установленным стандартами, техническими условиями, чертежами, рецептурами, образцами (эталоны). Продукция, не прошедшая в установленном порядке проверку по качеству, а также продукция, отгрузка которой была запрещена органами, осуществляющими контроль за качеством продукции, и другими уполномоченными на то органами, поставляться не должна;

- четкое и правильное оформление документов, удостоверяющих качество и комплектность поставляемой продукции (технический паспорт, сертификат, удостоверение о качестве и т.п.), отгрузочных и расчетных документов, соответствие указанных в них данных о качестве и комплектности продукции фактическому качеству и комплектности;

- своевременную отсылку документов, удостоверяющих качество и комплектность продукции, получателю. Эти документы высылаются вместе с продукцией, если иное не предусмотрено Основными и Особыми условиями поставки, другими обязательными для сторон правилами или договором. В случаях, предусмотренных стандартами, техническими условиями, Основными и Особыми условиями поставки, другими обязательными для сторон правилами и договором, изготовитель (отправитель) обязан при отгрузке (сдаче) продукции в упакованных или затаренных местах вложить в каждое тарное место документ, свидетельствующий о наименовании и качестве продукции, находящейся в данном тарном месте;

- строгое соблюдение действующих на транспорте правил сдачи грузов к перевозке, их погрузки и крепления, а также специальных правил погрузки, установленных стандартами и техническими условиями.

При приеме груза от органов транспорта предприятие - получатель в соответствии с действующими на транспорте правилами перевозок грузов обязано проверить, обеспечена ли сохранность груза при перевозке, в частности: - проверить наличие на транспортных средствах (вагоне, цистерне, барже, трюме судна, автофургоне и т.п.) или на контейнере пломб отправителя или пункта отправления (станции, пристани, порта), исправность пломб, оттиски на них, состояние вагона, иных транспортных средств или контейнера, наличие защитной маркировки груза и исправность тары;

- проверить соответствие наименования груза и транспортной маркировки на нем данным, указанным в транспортном документе;

- проверить, были ли соблюдены установленные правила перевозки, обеспечивающие предохранение груза от повреждения и порчи (укладка груза, температурный режим, льдоснабжение и др.), сроки доставки, а также произвести осмотр груза.

В случае получения от органа транспорта груза без проверки количества мест, веса и состояния его получатель в порядке, установленном правилами оформления выдачи грузов, обязан потребовать от органов транспорта, чтобы на транспортном документе была сделана

соответствующая отметка.

При приеме груза от органов транспорта получатель во всех случаях, когда это предусмотрено правилами, действующими на транспорте, обязан потребовать от органа транспорта составления коммерческого акта, а при доставке груза автомобильным транспортом - отметки на товарно - транспортной накладной или составления акта.

При неосновательном отказе органа транспорта от составления указанных выше актов получатель обязан в соответствии с действующими на транспорте правилами обжаловать этот отказ и произвести приемку продукции в порядке, предусмотренном Инструкцией.

Продукция, поступившая в исправной таре, принимается по качеству, как правило, на складе конечного получателя.

Базы сбытовых, снабженческих, заготовительных организаций, оптовых и розничных торговых предприятий и другие покупатели, переотправляющие продукцию в таре или упаковке первоначального изготовителя (отправителя), должны производить приемку продукции по качеству в случаях, предусмотренных обязательными правилами или договором, а также при получении продукции в поврежденной, открытой или немаркированной таре, в таре с поврежденной пломбой или при наличии признаков порчи (течь, бой и т.д.).

Приемка товаров по качеству должна быть проведена в установленные сроки. Если поставщик находится в том же населенном пункте, где расположен магазин, то поступившие от него товары принимают в течение 10 дней (скоропортящиеся -- в течение 24 ч) с момента их получения. При иногородней поставке срок приемки товаров составляет 20 дней с момента их поступления, а по скоропортящимся продуктам -- остается прежним. В районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях приемка непродовольственных товаров должна быть проведена не позднее 60 дней, продовольственных (кроме 3 скоропортящихся) -- не позднее 40 дней, а скоропортящихся товаров -- не позднее 48 ч с момента их поступления в магазин. В эти же сроки следует составить акты о результатах проверки качества поступивших товаров.

В процессе приемки работники магазина выявляют качество и комплектность товаров, а также соответствие тары, упаковки и маркировки товаров установленным требованиям.

Проверка качества продукции, поступившей в таре, производится при вскрытии тары, но не позднее указанных выше сроков, если иные сроки не предусмотрены в договоре в связи с особенностями поставляемой продукции (товара).

Торговые организации имеют право независимо от проверки качества товаров, активировать производственные недостатки, если такие недостатки будут обнаружены при подготовке товаров к розничной продаже или при розничной продаже в течение четырех месяцев после получения товаров.

Приемка продукции производится уполномоченными на то руководителем предприятия - получателя или его заместителем компетентными лицами. Эти лица несут ответственность за строгое соблюдение правил приемки продукции.

Приемка продукции по качеству производится в точном соответствии со стандартами, техническими условиями, Основными и Особыми условиями поставки, другими обязательными для сторон правилами, а также по сопроводительным документам, удостоверяющим качество поставляемой продукции (технический паспорт, сертификат,



удостоверение о качестве, счет - фактура, спецификация и т.п.). Отсутствие указанных сопроводительных документов или некоторых из них не приостанавливает приемку продукции. В этом случае составляется акт о фактическом качестве и комплектности поступившей продукции и в акте указывается, какие документы отсутствуют.

Выборочная (частичная) проверка качества продукции с распространением результатов проверки качества какой-либо части продукции на всю партию допускается в случаях, когда это предусмотрено стандартами, техническими условиями, Особыми условиями поставки, другими обязательными правилами или договором.

Если при приемке будут обнаружены недоброкачественные или некомплектные товары, то приемку приостанавливают и составляют односторонний акт. В нем указывают количество осмотренных товаров и характер выявленных дефектов. Одновременно надо создать необходимые условия для сохранности поступивших товаров.

Во всех случаях, когда стандартами, техническими условиями, Основными и Особыми условиями поставки, другими обязательными правилами или договором для определения качества продукции предусмотрен отбор образцов (проб), лица, участвующие в приемке продукции по качеству, обязаны отобрать образцы (пробы) этой продукции.

Отбор образцов (проб) производится в точном соответствии с требованиями нормативных актов. Отобранные образцы (пробы) опечатываются либо пломбируются и снабжаются этикетками, подписанными лицами, участвующими в отборе.

Об отборе образцов (проб) составляется акт, подписываемый всеми участвующими в этом лицами .

Из отобранных образцов (проб) один остается у получателя, второй направляется изготовителю (отправителю) продукции. Во всех случаях, когда это предусмотрено стандартами, техническими условиями, другими обязательными правилами и договором, отбираются дополнительные образцы (пробы) для сдачи на анализ или испытание в лаборатории или научно - исследовательские институты.

О сдаче образцов (проб) на анализ или испытание делаются соответствующие отметки в акте отбора образцов (проб).

Отобранные образцы (пробы) продукции должны храниться получателем, изготовителем (отправителем) до разрешения спора о качестве продукции, а в случаях передачи материалов о выпуске недоброкачественной продукции в органы прокуратуры и суда - до разрешения дела в этих органах.

Для окончательной приемки товаров создается комиссия. В ее работе должен участвовать представитель однородного отправителя (изготовителя) или, если это предусмотрено договором, представитель иногороднего отправителя (изготовителя). Вызов представителя отправителя (изготовителя), а также его явка для участия в двусторонней приемке товаров по качеству должны осуществляться в те же сроки, что и при приемке товаров по количеству. Акт о ненадлежащем качестве (некомплектности) товаров составляют с участием представителя поставщика, а при его неявке -- с участием представителя общественности, назначенного в установленном порядке. Проверку качества товаров в одностороннем порядке магазин может производить в том случае, если такой порядок приемки предусмотрен договором.

Акт о приемке товаров по качеству содержит следующие сведения:

- наименование и адрес магазина-получателя товаров;
- номер и дату составления акта;
- место приемки товаров, время начала и окончания приемки;
- фамилии, инициалы лиц, принимавших участие в приемке товаров по качеству и составлении акта, место их работы, занимаемые должности, дату и номер документа о полномочиях представителя на участие в проверке качества товаров, а также указание о том, что эти лица ознакомлены с правилами приемки товаров по качеству;
- наименование и адрес изготовителя (отправителя) и поставщика;
- дату и номер уведомления о вызове представителя изготовителя (отправителя) или отметку о том, что вызов представителя изготовителя (отправителя) не предусмотрен;
- дату и номер договора на поставку товаров и сопроводительных документов;
- дату прибытия груза на станцию назначения, время его выгрузки транспортной организацией, время вскрытия транспортного средства, время доставки груза в магазин;
- номер и дату коммерческого акта (акта, выданного органом автомобильного транспорта), если он был составлен при получении товара;
- условия хранения товаров на складе магазина до составления акта;
- состояние тары и упаковки в момент осмотра товаров;
- исправность пломб и правильность оттисков на них.

Указывают также количество (массу), полное наименование и список предъявленных к осмотру и фактически проверенных товаров с выделением забракованных, а также тех товаров, качество которых не соответствует качеству, указанному в соответствующем документе. Отмечают, на каком основании товары переводятся в более низкий сорт, номера стандартов, по которым проверялось качество товаров. Здесь же необходимо дать заключение о характере выявленных дефектов и причинах их возникновения. В акт могут быть внесены и другие данные, которые, по мнению лиц, участвующих в приемке, необходимо указать для подтверждения ненадлежащего качества товаров.

О скрытых недостатках, обнаруженных в товарах с гарантийным сроком службы, акт составляют в течение пяти дней с момента их выявления, но в пределах установленного гарантийного срока. Акт о скрытых недостатках товаров, гарантийным сроком на которые не установлен, составляют в пятидневный срок с момента обнаружения дефекта, но не позднее четырех месяцев со дня поступления товаров.

Магазин обязан принять на временное хранение недоброкачественные товары до принятия поставщиком решения об их дальнейшем использовании.

Претензия о несоответствии качества (некомплектности) товаров должна быть заявлена

поставщику в сроки, предусмотренные договором. К претензии должен быть приложен акт и все другие документы (сопроводительные и т. д.).

В отношении товаров, ненадлежащее качество которых обнаружено потребителем после покупки их в магазинах, получатель (покупатель) вместо акта должен представить изготовителю (отправителю):

- заявление потребителя об обмене товара и заключение магазина с указанием наименования товара, его изготовителя (отправителя) и поставщика, цены товара, характера недостатков и причин их возникновения, времени продажи, обмена, ремонта товаров или возврата их стоимости;
- документы, предусмотренные Правилами обмена промышленных товаров, купленных в розничной торговой сети, подтверждающие ненадлежащее качество товаров;
- расписку потребителя об обмене товара или о получении его стоимости.

Изготовитель (отправитель) или получатель (покупатель) при наличии оснований вправе опротестовать заключение инспекции по качеству, бюро товарных экспертиз или научно-исследовательского института (лаборатории) в их вышестоящую организацию. Копия этого заявления направляется другой стороне. Если соответствующая вышестоящая организация признает доводы изготовителя (отправителя) или получателя (покупателя) обоснованными, то в установленном порядке назначается повторная экспертиза. Повторная экспертиза продукции может быть произведена также по поручению арбитража или судебно - следственных органов.

Изготовитель (отправитель, поставщик) вправе перепроверить качество продукции, забракованной и возвращенной получателем (покупателем), в порядке и в случаях, предусмотренных Основными и Особыми условиями поставки, другими обязательными правилами и договором.

Акты приемки продукции по качеству и комплектности регистрируются и хранятся в порядке, установленном на предприятии - получателе.

В случае принятия получателем (покупателем) продукции, переведенной в более низкий сорт, эта продукция в соответствии с актом о результатах приемки перемаркировывается за счет изготовителя (отправителя). В договоре должно быть предусмотрено, кем производится перемаркировка: изготовителем (отправителем) или получателем (покупателем).

Претензия, вытекающая из поставки продукции, не соответствующей по качеству, комплектности, таре, упаковке и маркировке стандартам, техническим условиям, чертежам, рецептурам, образцам (эталонам), предъявляется получателем (покупателем) изготовителю (отправителю, поставщику) в установленный срок.

Если изготовитель или его местонахождение получателю (покупателю) не известны, претензия в двух экземплярах посылается отправителю (поставщику), который немедленно после ее получения, обязан направить один экземпляр изготовителю, известив об этом получателя (покупателя).

В случаях, предусмотренных договором, к претензии должны прилагаться акт об уничтожении скоропортящейся продукции по указанию органов санитарного надзора, акт о сдаче продукции в металлолом и иные документы об использовании продукции на месте в соответствии с

фактическим ее качеством.

В случае предъявления претензии о возмещении разницы в стоимости продукции (уценки) в связи с переводом ее в более низкий сорт получатель обязан приложить к претензии документы, подтверждающие оприходование продукции фактически полученным сортом. Торговые организации обязаны представить подписанную руководителем организации (или его заместителем) и главным бухгалтером справку о реализации продукции по цене того сорта, в который она переведена, или о произведенной переоценке, если продукция еще не реализована, а также справку за подписями тех же должностных лиц о перемаркировке продукции соответствующим сортом. О результатах рассмотрения претензии отправитель (изготовитель, поставщик) сообщает получателю в установленный срок.

Вопросы для самоконтроля:

Какой порядок приёмки товара по количеству?

Какой порядок приёмки товара по качеству?

Какие инструкции определяют порядок приёмки?

Какие действия нужно предпринять, если обнаружена недостача товара?

Как организуется приёмка парфюмерно-косметических товаров?

Как организуется работа с представителем по вопросу участия его в приёмке?

#### **ТЕМА 4. Работа на ККМ**

Основные функции ККМ:

- для каждого товара существует свой уникальный штрих код (или несколько), нанесенный на товар фабричным способом, или присвоенный отделом маркетинга и распечатанный на специальной этикетке;

- все товары покупателя должны быть зарегистрированы (пробиты в чеке) на кассе (сканирование штрих кода товара, взвешивание или ручной ввод штрих кода);

- операции по коррекции ошибок, удаления из чека пробитого товара и сброса чека должны проводиться с помощью специальных функций, требующие присутствия старшего кассира;

- возврат зарегистрированного в чеке товара после его завершения оплатой и закрытия осуществляется только на столе информации с оформлением бухгалтерских документов.



ОТКРЫТИЕ СМЕНЫ

## ВНЕСЕНИЕ НАЛИЧНОСТИ

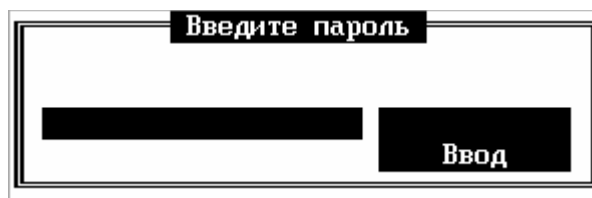
Вход и регистрация пользователя (кассира) предназначена для осуществления обслуживания покупателей под индивидуальным логином и паролем.

Порядок действий:

### 1. Разблокировать систему

На экране светится окно, предназначенное для ввода пароля.

Окно Ввод пароля



- Ввести пароль оператора - нажать на клавишу ВВОД
  - 2. Внести наличные деньги (полученный размен в ГК)
  - Включить КАЛЬКУЛЯТОР
- Посчитать разменный фонд, выйти из калькулятора (кнопка ВЫХОД)

- Нажать на клавишу МЕНЮ
- Стрелкой вниз перейти на «банковские функции» – ВВОД
- «Внесение денег в кассу» – ВВОД
- Стрелкой вниз до «Прочие» – ВВОД
- Ввести сумму – нажать клавишу ВВОД

Результат: После входа в подсистему и внесения наличности, кассир может выполнять кассовые операции.



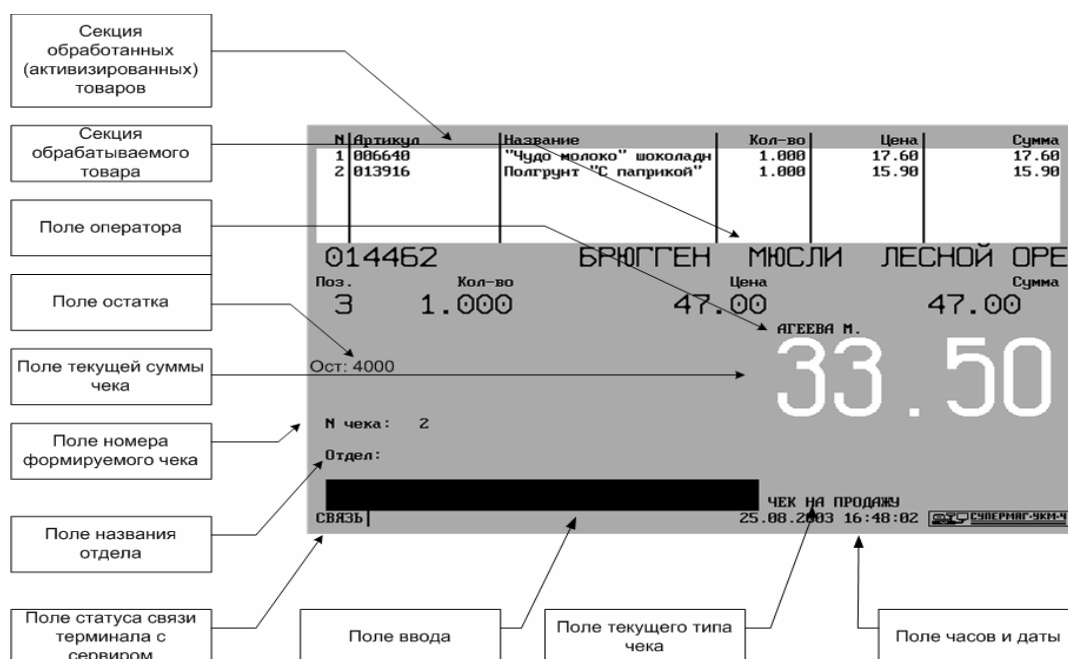
Оформление продажи товаров предназначено для проведения торговым предприятием денежных расчетов с клиентами при продаже товаров. Продажа товаров является основной

операцией в торговом предприятии. При продаже товаров продавец должен сохранить информацию о проданном товаре, вычислить сумму покупки с учетом скидок и наценок, рассчитаться с клиентом. Подсистема позволяет торговому предприятию автоматизировать процесс продажи товаров.

При продаже оператор регистрирует в подсистеме информацию о товарах, отобранных клиентом. Товар может регистрироваться в подсистеме следующими способами:

- по штриховому коду;
- по артикулу.

Проведение расчетов с клиентами производится оператором в окне экран оператора.



В обязанности кассира входит владение всеми типами контрольно-кассовых аппаратов, которые используются на предприятии. Также он должен быть ознакомлен со всеми приказами, постановлениями, распоряжениями и другими нормативными документами, которые касаются работы предприятия. Если должность совмещена с должностью продавца, тогда обязанности кассира предусматривают и знание товароведения, технических характеристик товаров, их качественных показателей и условий хранения. Всегда в обязанности кассира входит знание структуры управления, прав и обязанностей сотрудников, их режима работы, правил обслуживания покупателей, оформления помещений и витрин, внутреннего трудового порядка, техники безопасности, норм санитарии и гигиены, а также знание законодательства о труде. В должностные обязанности кассира и кассира-продавца входит обеспечение исправной работы товарной секции, для чего он обязан не покидать рабочее место без своевременной замены и без согласия руководителя. К тому же, продавец-кассир должен предупредительно и вежливо обслуживать покупателей, принимать всевозможные меры предотвращения появления очередей, выполнять предпродажную подготовку товаров, а также подсчитывать стоимость товара, выдавать на него чеки, гарантийные талоны, упаковывать покупки и осуществлять возврат или обмен товаров. В целом, обязанности продавца-кассира, которые предъявляет к нему работодатель, заключаются в следующем: Вежливо обслуживать покупателей. Подсчитывать стоимость покупки каждому клиенту. Принимать деньги от клиента, выдавать чеки и сдачу. Сдавать кассу в конце смены старшему кассиру. Обеспечивать сохранность денег и других ТМЦ. Предотвращать конфликтные ситуации. Обеспечивать порядок на рабочем месте. Следить за состоянием контрольно-кассового аппарата, вовремя заправлять чековую и контрольную ленту, записывать показания счетчиков и устранять мелкие неисправности. Соблюдать трудовую дисциплину, санитарно-гигиенические нормы и требования. За

невыполнение своих должностных обязанностей продавец-кассир несет ответственность согласно действующего законодательства. Обязанности кассира:

1. Проверить исправность блокирующих устройств, заправить чековую и контрольную ленту.
2. Включить машину в электросеть и получением нулевого чека, проверить работоспособность машины.
3. Напечатать 2-3 чека без обозначения суммы (нулевых), с целью проверки четкости печатания реквизитов на правильность установки даты и номера чека.
4. Нулевые чеки приложить в конце дня к кассовому отчету.
5. Разместить необходимый для работы инвентарь (калькулятор).
6. Осуществлять операции ввода суммы .
7. Для одного покупателя определять общую сумму покупки, услуги с помощью показания индикатора ККМ и назвать ее покупателю.
8. Получать от покупателей деньги за товары или оказанные услуги, согласно схеме:
  - четко назвать сумму полученных денег и получить эти деньги;
  - отдельно, на виду у покупателя напечатать чек;
  - назвать сумму сдачи и выдать ее покупателю вместе с чеком (при этом бумажные купюры и разменную монету выдавать одновременно).

Запрещается:

1. Кассир-операционист не имеет права снимать показания счетчиков без разрешения администрации.
2. Не выдавать кассовый чек покупателю.
3. Работать без контрольной ленты или склеивать ее в местах обрыва.
4. Не допускать посторонних лиц в помещение кассы, к кассовой машине, кроме директора предприятия, его заместителя, бухгалтера, дежурного администратора и с их разрешения технического специалиста или контролирующее лицо для проверки кассы.
5. Покидать кассовую машину, не отключив ее, не сообщив о своем уходе администрации. В случае необходимости покинуть кассовую машину, нужно перед этим ее заблокировать, все ключи от кассовой машины и денежного ящика должны находиться у кассира.
6. Самостоятельно вносить изменения в программу работы кассового терминала (для чего последний должен иметь защиту от несанкционированного доступа).
7. Не должен иметь в кассе личных денег и денег, неучтенных через кассовую машину (кроме денег, выданных перед началом работы).

Вопросы для самоконтроля:

Какие функции выполняет ККМ?

Какие обязанности выполняет кассир , работая на ККМ?

Какие поля информации бывают на экране ККМ?

#### **ТЕМА5. Правовая защита потребителя.**

Закон о защите прав потребителей регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении

работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

**потребитель** - гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности; (в ред. Федерального закона от 17.12.1999 N 212-ФЗ) (см. текст в предыдущей редакции)

**изготовитель** - организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям; (в ред. Федерального закона от 17.12.1999 N 212-ФЗ) (см. текст в предыдущей редакции)

**исполнитель** - организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору; (в ред. Федерального закона от 17.12.1999 N 212-ФЗ) (см. текст в предыдущей редакции)

**продавец** - организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи; (в ред. Федерального закона от 17.12.1999 N 212-ФЗ) (см. текст в предыдущей редакции) абзац утратил силу. - Федеральный закон от 21.12.2004 N 171-ФЗ; (см. текст в предыдущей редакции)

**недостаток товара (работы, услуги)** - несоответствие товара (работы, услуги) или обязательным требованиям, предусмотренным законом либо в установленном им порядке, или условиям договора (при их отсутствии или неполноте условий обычно предъявляемым требованиям), или целям, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется, или целям, о которых продавец (исполнитель) был поставлен в известность потребителем при заключении договора, или образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) по описанию; (в ред. Федеральных законов от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 25.10.2007 N 234-ФЗ) (см. текст в предыдущей редакции)

**существенный недостаток товара (работы, услуги)** - неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных расходов или затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки; (в ред. Федеральных законов от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 21.12.2004 N 171-ФЗ) (см. текст в предыдущей редакции)

**безопасность товара (работы, услуги)** - безопасность товара (работы, услуги) для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы (оказания услуги); уполномоченная изготовителем (продавцом) организация или уполномоченный изготовителем (продавцом) индивидуальный предприниматель (далее - уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель) - организация, осуществляющая определенную деятельность, или организация, созданная на территории Российской Федерации изготовителем (продавцом), в том числе иностранным изготовителем (иностранном продавцом), выполняющие определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом) и уполномоченные им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества, либо индивидуальный предприниматель, зарегистрированный на территории Российской Федерации, выполняющий определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом), в том числе с иностранным изготовителем (иностранном продавцом), и уполномоченный им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества; (абзац введен Федеральным законом от 21.12.2004 N 171-ФЗ)



**импортер** - организация независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, осуществляющие импорт товара для его последующей реализации на территории Российской Федерации. утвержден Постановлением Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 г. N 55 перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации (в ред. Постановлений Правительства РФ от 20.10.1998 N 1222, от 06.02.2002 N 81). К товарам неподлежащим обмену относят :

1. Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (предметы санитарии и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, инструменты, приборы и аппаратура медицинские, средства гигиены полости рта, линзы очковые, предметы по уходу за детьми), лекарственные препараты (в ред. Постановления Правительства РФ от 20.10.1998 N 1222)
2. Предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески, заколки, бигуди для волос, парики, шиньоны и другие аналогичные товары) (п. 2 в ред. Постановления Правительства РФ от 20.10.1998 N 1222)
3. Парфюмерно-косметические товары
4. Текстильные товары (хлопчатобумажные, льняные, шелковые, шерстяные и синтетические ткани, товары из нетканых материалов типа тканей - ленты, тесьма, кружево и другие); кабельная продукция (провода, шнуры, кабели); строительные и отделочные материалы (линолеум, пленка, ковровые покрытия и другие) и другие товары, отпускаемые на метраж (п. 4 в ред. Постановления Правительства РФ от 20.10.1998 N 1222)
5. Швейные и трикотажные изделия (изделия швейные и трикотажные бельевые, изделия чулочно-носочные)
6. Изделия и материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, из полимерных материалов, в том числе для разового использования (посуда и принадлежности столовые и кухонные, емкости и упаковочные материалы для хранения и транспортирования пищевых продуктов)
7. Товары бытовой химии, пестициды и агрохимикаты (в ред. Постановления Правительства РФ от 20.10.1998 N 1222)
8. Мебель бытовая (мебельные гарнитуры и комплекты)
9. Изделия из драгоценных металлов, с драгоценными камнями, из драгоценных металлов со вставками из полудрагоценных и синтетических камней, ограненные драгоценные камни
10. Автомобили и мотовелотовары, прицепы и номерные агрегаты к ним; мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ; прогулочные суда и иные плавсредства бытового назначения.
11. Технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки (станки металлорежущие и деревообрабатывающие бытовые; электробытовые машины и приборы; бытовая радиоэлектронная аппаратура; бытовая вычислительная и множительная техника; фото- и киноаппаратура; телефонные аппараты и факсимильная аппаратура; электромузыкальные инструменты; игрушки электронные, бытовое газовое оборудование и устройства.
12. Гражданское оружие, основные части гражданского и служебного огнестрельного оружия, патроны к нему
13. Животные и растения
14. Непериодические издания (книги, брошюры, альбомы, картографические и нотные издания, листовые издания, календари, буклеты, издания, воспроизведенные на технических носителях информации)

Требование о возврате товара и денег за него возможно (здесь речь идет о товаре надлежащего качества) в том случае если он вам не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации, может быть подано продавцу без объяснения причин возврата в течение 14 дней с момента приобретения товара. Наличие кассового чека при возврате товара и требовании вернуть за него деньги — необязательно, так же как и необязательно возвращать товар в той упаковке, в которой он был приобретен.

Требование большинства продавцов при возврате товара возвращать товар в упаковке — не законно. Вы можете вернуть товар надлежащего качества при условии сохранности его потребительских качеств и товарного вида! Возврат денежных средств должен быть осуществлен продавцом в течение 3 (трех) дней с момента возврата товара. В случае если Вы приобретаете уцененный товар ненадлежащего качества и вы были заранее предупреждены об этом (о недостатках, из-за которых произошла уценка) в письменной форме, в дальнейшем по этим недостаткам претензии, к сожалению, не принимаются.

### **Статья 25. Право потребителя на обмен товара надлежащего качества**

Потребитель имеет право на обмен непродовольственного товара надлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки. Обмен непродовольственного товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также имеется товарный чек или кассовый чек либо иной подтверждающий оплату указанного товара документ.

Отсутствие у потребителя товарного чека или кассового чека либо иного подтверждающего оплату товара документа не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания. В случае, если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения потребителя к продавцу, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за указанный товар денежной суммы.

Требование потребителя о возврате уплаченной за указанный товар денежной суммы подлежит удовлетворению в течение трех дней со дня возврата указанного товара. По соглашению потребителя с продавцом обмен товара может быть предусмотрен при поступлении аналогичного товара в продажу. Продавец обязан незамедлительно сообщить потребителю о поступлении аналогичного товара в продажу.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

Какие документы регламентируют процесс продажи?

Какие разделы входят в состав закона о защите прав потребителей?

Какие права у покупателя на обмен товара ненадлежащего качества?

Какие правила устанавливают правила торговли?

## Задания по практическим занятиям

**Задание 1.** Рассчитать площадь универсального картофелехранилища с активным вентилированием при хранении картофеля в контейнерах. Определить, сколько можно разместить в этом хранилище капусты, лука /отдельно по каждому виду /

Таблица 1. Исходные данные по вариантам

Показатели	варианты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Емкость картофелехранения, т	1100	1400	900	850	650	500	450	800	550	700
К оборач. По картофелю	2	1,3	3	2,6	3	4,3	1,3	3,3	1,3	2,3
По капусте	3	2,5	2	3,6	4	3,5	4,5	2,5	4,5	2,5
По луку	4	3,6	4,5	5	5,5	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6
цена, руб										
капуста	35	32	33	30	39	38	32	35	36	37
лук	30	35	36	37	38	32	30	31	22	32
картофель	30	40	35	36	47	48	39	30	35	40

- Картофель хранится в контейнерах, площадь которых  $/Пк/ - 0,81$  кв.м, расчетная вместимость контейнера  $/Ек/ - 460$  кг. Контейнеры установлены в штабеля в 4 яруса по высоте  $/Вя/ = 4$  м с промежутком, обеспечивающим свободную циркуляцию воздуха между ними Суммарная площадь собственно контейнеров 80 %  $/К=0,8/$  общей площади штабеля
- Дополнительная площадь штабеля для проезда автомашин и грузоподъемных устройств внутри картофелехранилища, а также пространство между штабелями и стенами 25 %  $/Кп = 0,25 /$  грузовой площади
- Рассчитанная емкость хранилища может быть использована для хранения капусты и лука.  
Капуста занимает 50 %  $/Кхк=0,5/$  площади хранения картофелехранилища, капуста в кочанах будет храниться на стеллажах в 4 яруса /высота укладки одного яруса 80 см, высота яруса капусты  $Вя=3,2$ м, т.е.  $4 \times 0,8$ , что составляет 85%  $/Кск=0,85/$  площади хранения.  
Остальная капуста хранится в ящиках в проходах между стеллажами и частично в центральном проходе, удельный вес капусты 400 кг/куб.м/  
 $Вку=400$
- Лук занимает 60 % площади хранилища  $/Кхл = 0,6/$  и хранится в ящиках. масса ящика 34 кг  $/Вял=34/$  на поддон устанавливается 20 ящиков  $/Яп=20/$ . поддоны укладываются в штабеля, каждый штабель вмещает 3 поддона  $/Вшт=3/$ , площадь поддона составляет 1,4 кв.м  $/Пп= 1.4/$   
Пример расчёта задачи :

1. Рассчитываем кол-во контейнеров в картофелехранилище  
 $K_k = E/E_k$ ,  $K_k = 600 : 0,460 = 1404$  шт
2. Определяем кол-во контейнеров 1 яруса  
 $K_l = K_k/V_{я} = 1404 : 4 = 351$  шт
3. Рассчитываем грузовую площадь, занимаемую контейнерами, с учетом площади для вентиляции :  
 $P_{гр} = P_k \times K_l / K = 0,81 \times 351 / 0,8 = 355,4$  кв.м
4. Определяем площадь картофелехранилища  
 $P_{хр.} = P_{гр} + K_{п} \times P_{гр} = 355,4 + 0,25 \times 355,4 = 444,2$  кв.м
5. Определяем площадь помещений обслуживающего персонала  $P_o = N_o \times E/100 = 1 \times 600/100 = 6$  кв.м  
 /принимаем 10 кв.м/  
 вентиляционной камеры  $P_a = N_v \times E/100 = 5 \times 600/100 = 30$  кв.м  
 теплового узла  $P_t = N_t \times 600/100 = 3 \times 600/100 = 18$  кв.м
6. Общая площадь хранилища  
 $P_o = P_{хр.} + P_o + P_v = P_t = 444,2 + 10 + 30 + 18 = 502,2$  кв.м
7. Рассчитываем кол-во капусты, которое может быть размещено в данном хранилище : на стеллажах  
 площадь хранения  $P_{сх} = P_{хр.} \times K_{хк} = 444,2 \times 0,5 = 222,1$  кв.м.  
 кол-во для хранения на стеллажах  $З_{св} = P_{сх} \times V_{я} \times V_{ск} = 222,1 \times 3,2 \times 0,4 = 284,3$  т  
 Общий запас капусты на стеллажах, в ящиках, в проходах :  
 $З_{ко} = З_{св} / K_{ск} = 284,3 / 0,85$
8. Количество лука, размещаемого в хранилище :  
 площадь для хранения лука  $P_{хл} = P_{хр.} \times K_{хл} = 444,2 \times 0,6 = 266,5$  кв.м  
 количество лука  $З_{сл} = P_{хл} / P_{п} \times V_{шт} \times Y_{п} \times V_{ял} = 266,5 / 1,4 \times 3 \times 20 \times 0,034 = 388,3$  т

Таблица 3. Нормы площади помещений в зависимости от площади картофелехранилища

Помещения /условное обозначение/	Условное обозначение показателя	Значение показателя
Для обслуживающего персонала/ $P_o$ /	Но	1 кв.м на 100 т емкости, но не менее 10 кв.м
Вентиляционная / $P_v$ /	Нв	5 кв.м на 100 т емкости, но не менее 20 кв.м.
Тепловой узел / $P_t$ /	Нт	3 кв.м на 100т емкости. но не менее 15 кв.м

9. Показатель планируемого годового товарооборота склада определяется по формуле :

Товарооборот лук = Коэффициента (кол-во лука  $\times$  Ц лук )

Товарооборот капуста = Коэффициента (кол-во капусты  $\times$  Ц кап )

Товарооборот картоф. = Коэффициента (кол-во картофеля  $\times$  Ц карт )

Товарооборот общий = Тлук + Т капуста + Ткартоф.

## Задание 2

Рассчитать технико - экономические показатели работы склада .

Исходные данные

Наименование	варианты										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	12	13									
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	25	26									
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	35	37
	38	39									
Годовой товарооборот млн. руб	80,8	89,6	89,3	87,3	86,2	83,5	74,4	83,8	78,9	86,1	85,4
	88,2	91,3									
Средняя стоимость 1 т груза тыс. руб	22,7	23,1	21,6	22,5	22,9	23,4	21,9	21,6	23,1	22,6	22,4
	21,5	23,7									
Годовые эксплуатационные расходы склада :											
на зарплату тыс руб											
на электроэнергию тыс.руб	22,7	22,9	22,9	22,5	22,7	21,6	21,6	22,5	21,8	22,4	21,3
	22,4	22,8									
на вспомогательные материалы тыс .руб	8,32	8,23	7,98	8,5	8,88	8,95	8,54	8,34	8,45	8,53	8,67
	7,6	8,23									
на амортизацию машин тыс. руб	18 4	17,5	17,9	17,9	18,1	18,32	17,2	17,9	17,4	17,9	18,3
	17,75	18,06									
на амортизацию помещений т.руб	82,6	83,1	83,4	82,5	85,2	82,1	84,1	83,8	85,9	88,1	87,2
	80,7	83,2									
Численность складских работников, чел	10	11	12	10	12	13	9	10	11	12	10
	13	14									
Общая площадь склада	2300кв.м для всех вариантов										
Полезная складская площадь занятая оборудованием с хранимыми на нём товарами	1830 м2 для всех вариантов										
Общий складской объём склада (рассчитывается умножением на высоту 5 м											
Грузовой объём склада (рассчитывается умножением полезной складской площади на высоту укладки грузов 3м											
Годовой объём механизированных работ тн.	12	13	15	14	15	7	8	9	11	12,5	13,3
	6	5									
Максимальный товарный запас тн/м <sup>2</sup>	120	93	143	87	95	110	92	163	179	164	154
	156	90									
Сумма капвложений на строительство и оснащение т.руб											

Расчёт показателей проводите в таблице:

Расчёт технико – экономических показателей

Наименование	расчёт	результат	Оценка эффективности
Грузооборот склада -годовой -суточный Годовые эксплуатационные расходы,руб Себестоимость складской переработки 1т груза, руб. Производительность труда работников склада -в руб -в тоннах грузов Коэффициент использования полезной площади склада Коэффициент полезного объёма Уровень механизации работ Удельные капвложения - на 1 кв.м площади - на 1 куб.м. объёма -на единицу грузооборота 1т - на единицу товарооборота 1 тыс. руб Грузонапряжённость склада Ёмкость склада			

### Задание3.

Исходные данные:

В соответствии с договором 234 от 16.01.14 Жердевский сахарный завод поставил оптовой базе Пушкинского райпотребсоюза вагон сахара. Груз прибыл на станцию Пушкино Московской ж.д. в исправном вагоне с неповрежденными пломбами грузоотправителя. Груз выгрузили на складе базы. При приёмке обнаружено несоответствие качества (количества). Для решения проблемы был вызван представитель. С грузом были сопроводительные документы.

Выписка из ж.д. накладной №261940

Скорость доставки – грузовая, выгон №209760, грузоподъемность вагона 62т. Станция отправления г. Жердевка ЮВЖД:

Отправитель ОАО Жердевский сахарный завод станция назначения Пушкино Московской ж.д.

Получатель – оптовая торговая база

Почтовый адрес: г. Жердевка, ул.Интернациональная д.2. Пломба отправителя с оттиском «436»

Кол-во	упаковка	Наименование груза	Вес груза Определенный отправителем ,кг
500	Ящики картонные	Сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый	25000
500	мешки тканевые	Сахар-песок рафинированный тара с товаром	25000 1000
Итого: 1000	БРУТТО ТАРА НЕТТО		51000 1000 50000

Выписка из счета – фактуры № 641 от 12 июля 2014г.  
Поставщик – Жердевский сахарный завод  
Грузоотправитель – Жердевский сахарный завод  
Получатель – оптовая база Пушкинского райпотребсоюза

Наименование товара	Ед.изм.	Кол-во	Цена, руб	Сумма, руб
Сахар-рафинад	Кг	25000	44	1100000
быстрорастворимый	кг	25000	40	1000000
Сахар-песок рафинированный				
Итого	кг	50000		1100000
Ящики картонные	шт	500	10	5000
Мешки тканевые		500	30	15000

Всего к оплате

1120 000

В результате приемки сахара по качеству с участием представителя поставщика было установлено:

а/ сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый в пачках имеет ярко выраженное потемнение /100 ящиков по 50 кг каждый/, фактическое расхождение в количестве не обнаружено

б/ сахар-песок рафинированный имеет повышенную влажность, на ощупь липкий, с комками непробеленного сахара, также имеет ярко выраженное потемнение, фактическое расхождение в количестве не обнаружено

в/сахар песок рафинированный имеет повышенную влажность, на ощупь липкий, с комками непробеленного сахара, также имеет ярко выраженное потемнение, количество мешков не соответствует данным по накладным, фактически в вагоне оказалось 410 мешков.

г/ количество сахара-рафинада прессованного быстрорастворимого в пачках не соответствует данным по накладным, фактически в вагоне оказалось 24500 кг.

Студент выбирает вариант ситуации связанной с расхождением качества, количества при приёмке товара

Номер по журналу		Номер по журналу		Номер по журналу	
1	А	10	А	20	А
2	Б	11	Б	21	Б
3	В	12	В	22	В
4	Г	13	Г	23	Г
5	А	14	А	24	А
6	Б	15	Б	25	Б
7	В	16	В	26	Г
8	Г	17	Г	27	А

9	А	18	А	28	Г
10	Б	19	Б	29	А
				30	Б
				31	А
				32	В
				33	Г
				34	Б

### Порядок выполнения

1. Составляется уведомление поставщику, /телеграмма/

2. Составляется акт обнаруженной недоброкачества товара или обнаруженной недостачи.

3. Назначается комиссия для приемки сахара, по инструкции «О порядке приемки продукции № П.7. Комиссия составляет акт, содержание которого отвечает требованиям инструкции.

4. Проводится расчет санкций

#### Расчет санкций

№ Наименование товара	Значится по счету				Фактически оказалось				Сумма забракованного товара	Санкции %	Сумма
	сорт	К-во	цена	сумма	сорт	К-во	цена	сумма			

5. Составляется претензия поставщику и , акт который составлен без участия представителя.

### Образец формы акта

(наименование получателя  
и его адрес)

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель предприятия  
или его заместитель

\_\_\_\_\_ (подпись)

**А К Т**  
**приемки продукции (товаров) по количеству и качеству**  
"\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Место составления акта и приемки продукции (товара) \_\_\_\_\_

Время начала приемки продукции (товара) \_\_\_\_\_

Время окончания приемки \_\_\_\_\_

Комиссия в составе: \_\_\_\_\_

(должность, место работы, фамилия, имя, отчество)

С участием представителя поставщика (незаинтересованной организации, общественности) \_\_\_\_\_

(должность, наименование предприятия,

\_\_\_\_\_  
имя, отчество, фамилия)

Дата и №. удостоверения представителя поставщика (незаинтересованной организации, общественности) \_\_\_\_\_

Комиссия ознакомлена с инструкциями о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного



потребления по количеству и качеству.

Наименование поставщика \_\_\_\_\_

Наименование и адрес отправителя (изготовителя) \_\_\_\_\_

Дата и No. телеграммы или телефонограммы о вызове представителя  
изготовителя (поставщика) \_\_\_\_\_

Дата и No. счета-фактуры \_\_\_\_\_

Дата и No. транспортной накладной \_\_\_\_\_

Станция и дата отправления \_\_\_\_\_

Станция назначения и время прибытия груза \_\_\_\_\_

Время выдачи груза органами транспорта \_\_\_\_\_

Время вскрытия вагона, контейнера, автофургона, тары \_\_\_\_\_

Дата составления коммерческого акта \_\_\_\_\_

Состояние тары, упаковки, маркировки, пломбы \_\_\_\_\_

Наличие упаковочных ярлыков \_\_\_\_\_

Отметка о выдаче грузов в порядке ст. 65 Устава железных дорог

(имеется, не имеется)

По документам поставщика значилось:

наименование продукции и количество мест тары	единица измере- ния	по транспортной накладной		по счету, упаковочному листу	
		коли- чество	сумма	коли- чество	сумма
1	2	3	4	5	6

Фактически оказалось:

наимено- вание продук- ции	единица измере- ния	фактически поступило				расхождение			
		коли- чество	сумма	в том числе брак или бой		излишки		недостача	
коли- чест- во	сумма			коли- чест- во	сумма	коли- чест- во	сумма	коли- чест- во	сумма
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Каким способом определено количество недостающей продукции \_\_\_\_\_

Подробное описание выявленных дефектов и их характер \_\_\_\_\_

Номера ГОСТов, технические условия, чертежи, по которым  
производилась проверка качества продукции \_\_\_\_\_

Заключение комиссии о причинах недостачи, излишков, боя и брака  
продукции: \_\_\_\_\_

Члены комиссии предупреждены об ответственности за подписание  
акта, содержащего данные, не соответствующие действительности.

Подписи членов комиссии:

1. \_\_\_\_\_  
3. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_  
4. \_\_\_\_\_

Представитель поставщика  
(незаинтересованной орга-  
низации, общественности)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

#### Задание 4.

На основе теоретического материала следует представить классификацию тары в таблице. Для заполнения таблицы можно использовать учебник О.В.Памбучиянц .Организация и технология коммерческой деятельности.(стр 124- 141.)

Характеристика тары

Наименование тары	назначение	Конструкция	Материал изготовления	Степень жёсткости	Метод изготовления	Кратность использования

**Методические указания к заданию 4.** Для заполнения таблицы можно использовать учебник О.В.Памбучиянц .Организация и технология коммерческой деятельности.(стр 124-141.)

Виды тары по назначению : универсальная и специализированная.По методам изготовления клеёная, сварная, штампованная, пневмо- и вакуумноформованная, бондарная. По конструкции тара бывает : неразборная, разборная, складная, закрытая, открытая, штабелируемая , разборно- складная.

#### Задание 5.

Ассортимент торгового предприятия характеризовался следующими данными на начало года остатки продукции составили: хлеб и хлебобулочные изделия 235000 руб;кондитерские изделия 24000 руб; макаронные изделия 230000руб;молоко и молочные продукты 457000руб;Рассчитайте структуру ассортимента на начало года. Посчитайте товарный запас в тыс. рублей на конец месяца .

Определите структуру ассортимента на конец месяца. Объём товарооборота за полугодие составил 23490 тыс.руб.

Рассчитать среднюю величину товарных запасов на конец полугодия, если

месяцы	Сумма фактического запаса в тыс.руб
--------	-------------------------------------

Январь	
Февраль	234
Март	2008
Апрель	2460
Май	45
Июнь	

Определить коэффициент оборачиваемости и длительность оборота

**Методические указания к заданию 5.**

Товарный запас можно посчитать по формуле

$TЗ = НТЗ + З - П$ , где

TЗ – товарный запас, НТЗ – начальные товарные запасы, З – закупки, П – продажи.

Учет запасов сырья и товаров характеризует их объем на определенные даты, например, на 1 января, 1 февраля, 1 марта, 1 апреля и т.д. Для расчета средней величины запаса следует использовать данные о запасах на начало каждого месяца.

Средний запас за месяц равен половине суммы объема начального и конечного запаса.

вариант	Задача1		Задача2	
	Закуплено в течение месяца тыс.руб	Продано в течение месяца тыс.руб	Янв.	июнь
1 21	45;234;26;95	44;225;56;14	112	67
2 22	23;56;234;245	45;23;67;83	86	35
3 23	44;56;76;234	23;78;156;84 45;146;186;78	67 134	67 78
4 24	65;24;135;76	67;82;34;74	165	83
5 25	96;56;168;90	24;325;66;104	173	84
6 26	44;225;56;14	45;63;167;83	145	85
7 27	95;23;67;83	23;78;156;84	120	86
8 28	45;234;26;95	45;146;186;78	124	87
9 29	23;156;234;245	144;225;56;14	142	94
10 30	74;56;176;234	95;23;67;83	113	95
11 31	65;24;135;76	23;78;156;84	167	34
13 32	75;234;126;95	45;146;186;78	179	36
14 33	53;56;234;245	34;225;56;14	123	45

15	34	34;56;76;234	45;23;67;83	155	345
16	35	35;24;135;76	73;78;156;84	167	56
17	36	175;234;26;95	45;146;186;78	145	65
18	37	33;56;234;245	64;225;56;14	135	53
19	38	154;56;76;234	45;23;67;83	179	73
20	39	165;28;135;76	33;78;156;84	134	46

### **Заданиеб.**

Методические указания к заданию 6.: Определяйте тип и вид предприятия согласно ГОСТ Р517732009 , который можно открыть по ссылке [http://tehnorma.ru/gosttext/gost/gostdop\\_961.htm](http://tehnorma.ru/gosttext/gost/gostdop_961.htm). Размер установочной и выставочной площади для каждого вида магазина рассчитываются как произведение торговой площади соответствующего типа магазина на коэффициенты установочной и выставочной площади соответственно. Количество товарных единиц на всей выставочной площади определяется как произведение выставочной площади магазина соответствующего типа на количество товарных единиц, размещаемых на 1 м2 выставочной площади. Коэффициент завершенности покупок - (отношение числа покупателей, совершивших покупку, к общему числу покупателей, посетивших магазин).

Идентифицируйте тип и вид предприятия :

- Площадь торгового объекта составляет не менее 18 м2, ассортимент- узкий, непродовольственный, реализует самообслуживанием товары бывшие в употреблении.
- Площадь торгового объекта составляет не менее 4000 м2, ассортимент- универсальный продовольственный и непродовольственный, реализует самообслуживанием товары повседневного спроса , в том числе и под собственными торговыми марками, имеет широкую зону обслуживания, есть стоянка для машин.
- Площадь торгового объекта составляет более 420 м2, ассортимент- универсальный с преобладанием гастрономии, метод обслуживания через прилавок, имеется отдел по реализации полуфабрикатов.
- Площадь торгового объекта составляет более 680 м2 в сельской местности-ассортимент непродовольственный универсальный, реализует товары разными методами обслуживания, есть кулинарная секция и кофетерий.
- Площадь торгового объекта составляет 20 м2, ассортимент- ограниченный, модных товаров редкого спроса, реализует товары самообслуживание , индивидуальным обслуживанием по высоким ценам.
- Площадь торгового объекта составляет 20 м2,ассортимент - хозяйственные товары, методы обслуживания разные , оказывает дополнительные услуги
- Площадь торгового объекта составляет более 400 м2, ассортимент- непродовольственные товары частого спроса методом обслуживания

**Методические указания к заданию 6.:** Определяйте тип и вид предприятия согласно ГОСТ Р517732009 , который можно открыть по ссылке

[http://tehnorma.ru/gosttext/gost/gostdop\\_961.htm](http://tehnorma.ru/gosttext/gost/gostdop_961.htm). Размер установочной и выставочной площади для каждого вида магазина рассчитываются как произведение торговой площади соответствующего типа магазина на коэффициенты установочной и выставочной площади соответственно. Количество товарных единиц на всей выставочной площади определяется как произведение выставочной площади магазина соответствующего типа на количество товарных единиц, размещаемых на 1 м<sup>2</sup> выставочной площади. Коэффициент завершенности покупок - (отношение числа покупателей, совершивших покупку, к общему числу покупателей, посетивших магазин).

### Задание 7

Определить показатели эффективности работы продовольственного магазина самообслуживания по исходным данным:

вариант	общая площадь магазина ( $S_{обт}$ )	покупателей Общее число	Магазин традиционного типа					Магазин самообслуживания				
			вая ( $S_{тр}$ )Торго	говая ( $S_{нт}$ )Нетор	( $K_{ут}$ )	$K_{вс}$	Число купивших товар	вая ( $S_{тр}$ )Торго	( $K_{ут}$ )	вая ( $S_{нт}$ )Неторго	$K_{вс}$	Число купивших товар
1	450	1000	200	250	0,16	0,37	600	230	0,2	220	0,5 2	700
2	500	300	200	300	0,17	0,35	270	220	0,2 3	280	0,5 3	290
3	120	400	80	40	0,15	0,36	230	95	0,2	25	0,5 4	310
4	150	500	90	60	0,16	0,38	380	110	0,2	90	0,5 3	400
5	380	600	210	170	0,17	0,36	450	250	0,2	130	0,5 3	540
6	430	435	210	220	0,16	0,35	400	270	0,2 2	160	0,5 4	420
7	340	345	250	90	0,15	0,34	300	280	0,2 3	60	0,5 5	312
8	290	289	200	90	0,16	0,35	240	250	0,2 4	40	0,5 3	260
9	330	340	240	90	0,17	0,36	320	270	0,2 1	60	0,5 2	325
10	435	440	346	89	0,17	0,35	360	380	0,2 2	55	0,5 5	420
11	450	1020	200	250	0,18	0,37	600	230	0,2	220	0,5 3	700
12	430	435	210	220	0,16	0,35	400	270	0,2 2	160	0,5 4	420
13	330	340	240	90	0,15	0,36	320	270	0,2 5	60	0,5 2	325

14	450	1000	200	250	0,13	0,37	600	230	0,2	220	0,5 2	700
15	450	1000	200	250	0,18	0,37	600	230	0,2	220	0,5 4	700

1. Сравните площади магазинов и напишите вывод.

2. Определите установочную и выставочную площадь магазинов и напишите вывод.

3. Определите количество товарных единиц на всей выставочной площади, если количество товарных единиц, размещаемых на 1 м<sup>2</sup> выставочной площади магазина: магазин традиционного типа- 44;

магазин самообслуживания-95.

4. Определите коэффициент завершенности покупок.

5. Определите товарооборот на 1 м<sup>2</sup> общей площади магазина и на 1 м<sup>2</sup> площади торгового зала, если годовой товарооборот составил в магазине традиционного типа 2547005 т.руб , а в магазине самообслуживания 4556009 т.руб

**Задание 8.** Напишите оценку ситуаций.

Ситуация	Ваша оценка ситуации
1. Покупателю кассир выдал сдачу бумажными купюрами , а затем монетами	
2. Претензия покупателя к кассиру о неправильно выданной сдаче	
3. Покупатель обратился с просьбой принять (внести за покупку) порванную купюру	

**Задание 9.** Напишите письменный комментарий по решению ситуации при покупке некачественных товаров

**Ситуация 1:**

В отдел торговли и бытового обслуживания обратился гражданин М. со следующей проблемой. В одном из магазинов, торгующих товарами для детей он приобрел коллекционную металлическую модель машины. Через 2 дня эксплуатации в товаре выявился недостаток. Потребитель М. обратился к продавцу с требованием вернуть деньги за товар ненадлежащего качества. Продавец ему отказал. Потребитель М. заинтересовался: можно ли вернуть в магазин коллекционную металлическую модель машины ненадлежащего качества?

**Ситуация 2:** Потребитель А. приобрел новый мобильный телефон. Все технические возможности аппарата не вызывают у потребителя нареканий, но он очень не удобен в использовании (слишком маленькие клавиши, которые нажимаются сразу по 2-3 одновременно). При покупке на это потребитель не обратил внимание. Потребитель А. заинтересовался: может ли потребитель поменять или вернуть аппарат?

**Ситуация 3:** В магазине потребитель К. приобрела планшетный ПК TEXTEL. В течение гарантийного срока в планшете были выявлены следующие недостатки: самопроизвольно отключался сенсорный экран. Товар был сдан гр. К на гарантийный ремонт в августе 2013 г. в сервисный центр. В сервисном центре потребителем был получен акт о невозможности проведения ремонта в связи с отсутствием запасных частей. Потребитель К. снова обратилась в магазин, откуда была направлена в другой сервисный центр, где в сентябре 2013 г. товар был принят у нее для проведения гарантийного ремонта и на руки был выдан заказ №Чек-00976 от 12 сентября 2013 г. По истечении 45-дневного срока, товар так и не возвращен мне из гарантийного ремонта.

Потребитель К. заинтересовалась: что она может сделать в данной ситуации?

**Ситуация 4:** В одном из магазинов, торгующих бытовой техникой потребитель В. приобрел электрический чайник. Через 3 месяца эксплуатации он перестал работать. Потребитель обратился к продавцу с требованием вернуть деньги за товар ненадлежащего качества. Продавец отказал ему, сославшись, что гарантийный срок истек. Дома потребитель В. внимательно посмотрел гарантийный талон и обнаружил, что завод изготовитель установил гарантийный срок 12 месяцев, но в талоне он был зачеркнут и исправлен рукой продавца на 1 месяц. Потребитель заинтересовался: имеет ли право продавец уменьшать и исправлять установленный изготовителем гарантийный срок?

#### МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЗАДАНИЮ 9

#### Образец претензии

Кому: \_\_\_\_\_

От кого: М. \_\_\_\_\_,

#### ПРЕТЕНЗИЯ

\_\_\_\_\_ 2013 г. Я, М. \_\_\_\_\_ (далее по тексту – «Потребитель»), приобрел у \_\_\_\_\_, (далее по тексту – «Продавец») товар - коллекционная металлическая модель машины стоимостью 500 руб.

Однако \_\_\_\_\_ 2013 г. в товаре выявился следующий недостаток: при нажатии на машинку звук и свет не включаются.

Согласно п. 1 ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель в случае выявления в товаре недостатков вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. Данное требование, согласно ст. 22 Закона РФ «О защите прав потребителей» должно быть удовлетворено продавцом в десятидневный срок. Причем согласно п. 4 ст. 24 Закона РФ потребитель вправе потребовать возмещения разницы между ценой товара на день покупки и ценой товара на день возврата уплаченной за него суммы. Поскольку на сегодняшний день стоимость товара составляет 500 рублей, Продавец обязан уплатить мне именно 500 рублей.

Учитывая вышеизложенное и на основании п. 1 ст. 18, п. 1 ст. 20 Закона РФ «О защите прав потребителей»

ТРЕБУЮ

- в течение десяти дней с момента получения настоящей претензии возвратить мне 500, составляющих уплаченную за товар сумму и разницу между ценой товара на день покупки и ценой товара на день возврата уплаченной за него суммы.

В случае невыполнения данного требования вынужден буду обратиться за защитой своих прав в суд. В этом случае с Продавца, помимо удовлетворения вышеуказанного требования, дополнительно будут взысканы следующие суммы:

- неустойка за нарушение срока замены в размере 1 % цены товара за каждый день просрочки (на основании п. 1 ст. 23 Закона РФ «О защите прав потребителей»);
- компенсация морального вреда (на основании ст. 15 Закона РФ «О защите прав потребителей»);
- штраф в размере 50 % цены иска (на основании п. 6 ст. 13 Закона РФ «О защите прав потребителей»);
- расходы на оплату юридической помощи (на основании п. 1 ст. 100 Гражданского процессуального кодекса РФ);
- государственная пошлина и иные судебные расходы (на основании п. 1 ст. 98 ГПК РФ).

Задание :

Задание 10.

1.Разработать ассортимент для магазина, заполнив таблицу.

Наименование потребительского комплекса товаров	Наименование микрокомплекса (товарной секции)	Наименование группы товаров	Количество разновидностей товаров

2.Определить по разновидностям товаров :товары быстрого спроса, товары медленной реализации, товары сопутствующие покупке.

3.Определить насыщенность широту , глубину ассортимента.

### Методические указания к заданию 10.

Насыщенность номенклатуры продаваемых товаров определяет общее число составляющих ее отдельных продуктов.Средняя насыщенность товарного ассортимента (средняя товарная линейка) супермаркета определяется делением общего количества продукции на количество ассортиментных групп .Потребительские комплексы — это конкретный перечень разновидностей различных групп товаров, сформированных пофункционально-потребительскому признаку. Они разрабатываются по множеству вариантов, учитывающих размеры торговой площади, размещение на территории региона, а также по следующим признакам:возраст, пол ("Товары для женщин", "Товары для ребенка");особенности образа жизни и проведения досуга ("Товары для садовода", "Товары для тста");торжественные события в жизни людей ("Товары для новобрачных");общественные события и праздники ("Товары к началу учебного года");покупательские привычки, обусловленные сезоном ("Летняя мода", "Товары для дачи").Процесс формирования ассортимента товаров в магазине осуществляется по следующим этапам:

1.Определяется название потребительского комплекса и составляющие его микрокомплексы.

2. Определяется перечень основных групп и подгрупп товаров, реализуемых в магазинах.



3. Осуществляется распределение отдельных групп товаров в разрезе потребительских комплексов и микрокомплексов.

4. Определяется количество видов и разновидностей товаров в рамках группы товаров.

Варианты выбираются по первой букве фамилии	Тип магазина
А Я	Магазин «Продукты»
У Е	Универсам
Б Ю Ф	Универмаг
В Н Х	Товары для дома
ГО Щ	Детский мир
Д П Э	Хозяйственный магазин
Ж Р	Мир садовода
ЗС Ш	Подарки
И Т	Гастроном
К Ц	Техника
Л	Овощи-фрукты
М	Электротовары

### **Задание11**

Задание №1. Составить технологическую карту по приёмке товаров и тары по количеству на основе исходной информации

1. Товар доставлен в магазин.
2. Транспортное средство разгружено.
3. количество грузовых мест и масса брутто товаров и тары соответствуют данным сопроводительных документов.
4. Товары поступили без тары, в открытой или повреждённой таре с неисправными пломбами.
5. Установлена недостача товаров, поступивших без тары.
6. Товар, поступивший в исправной таре, доставлен в зону окончательной приёмки по количеству.
7. Вскрытие тары.
8. Представитель поставщика не явился по вызову, отказался подписывать акт.
9. Представитель поставщика прибыл в установленный срок.
10. Нет сопроводительных документов на товар.

Задание №2. Составить технологическую карту по приёмке товаров и тары по качеству на основе исходной информации

1. Комплектность товаров, качество товаров, тары, упаковки и маркировки соответствует установленным требованиям.
2. Обнаружена недоброкачественность, некомплектность товаров.
3. Представитель поставщика прибыл в срок.
4. Представитель поставщика не явился в установленный срок.
5. Представитель дал согласие на завершение приёмки по качеству в одностороннем порядке.
6. Нет сопроводительных документов удостоверяющих качество товаров.
7. Приёмка товаров закончена.

### Методические указания к заданию 11

При заполнении последней графы таблицы можно учитывать основные предостережения:

*не допускается отказ в приёмке под предлогом инвентаризации, отсутствия сопроводительных документов;*  
*не допускается приёмка мелких отправок без проверки веса брутто (взвешивания);*  
*запрещается активировать факты, не установленные участниками приёмки;*  
*запрещается превышать максимальную грузоподъёмность средств механизации;*  
*запрещается превышать допустимый срок хранения товаров;*  
*торговое оборудование, имеющее неисправности эксплуатировать запрещается до полного их устранения;*  
*запрещается продажа товаров без сертификатов, удостоверяющих их качество;*  
*при укладке товаров не следует нарушать правила товарного соседства;*  
*работникам торгового зала запрещается курить и принимать пищу на рабочем месте.*

Форма технологической карты  
на выполнение операций по \_\_\_\_\_

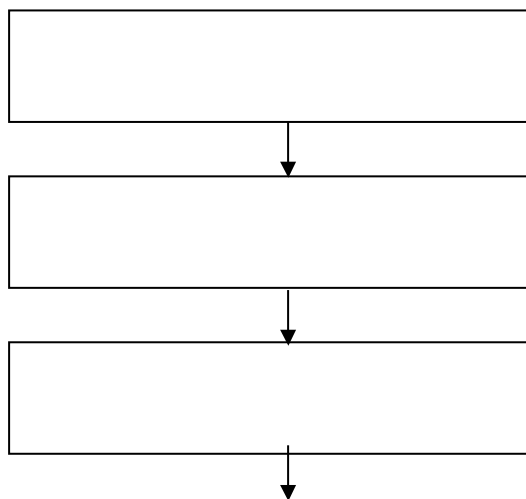
Исходные обстоятельства	Исполнители	Содержание работы	Какие документы оформляются	Что запрещается или не допускается

**Задание 12.**

1. Оцените ситуацию и письменно прокомментируйте.

Ситуация	Ваши действия
1. Покупатель обращается к продавцу грубо, оскорбляя...	
2. На рабочем месте отсутствие ценника на товаре	
3. Продавцу необходимо покинуть рабочее место (очереди нет, покупатели в зале мало)...	
4. Закончился упаковочный материал...	
5. На рабочем месте разбилась бутылка (уборщицы нет)...	
6. Магазин открылся, продавец, не реагируя на покупателей, производит выкладку товара, расстановку на рабочем месте.	

Опишите этапы обслуживания покупателей по схеме



### **Литература и информационные ресурсы:**

Основные источники:

Гражданский кодекс РФ. Часть вторая.

Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 в новой редакции.

Брагина Л.А., Данько Т.П. Организация и управление торговым предприятием. - М.: Инфра-М, 2013.

Дашков Л.П., В.К. Памбухчиянц Организация и проектирование торговых зданий . М., ИКЦ «Маркетинг», 2014.

Зотов В.В. Ассортиментная политика фирмы: учебно- практическое пособие/. - М.: Эксмо, 2014.

Иванов Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности: практикум: учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия», 2012.

Каплина С.А. Организация коммерческой деятельности. Ростов н/Д, Феникс, 2012.

Коммерческое товароведение и экспертиза/(Н.А. Васильев и др.). - М.: Юнити, 2012.

Круглова Н.Ю. Коммерческое право . М., 2013.

Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности . М., 2013.

Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. М., 2014.

Панкратов Ф.Г. Т.К. Серегина Ком. деятельность. М., 2012.

Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник. - М.: Инфра-М, 2012.

Санитарные правила для предприятий продовольственной торговли. - М.: Инфра-М, 2012.

Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. М., 2011.

Сухов В.Д., С.В. Сухов. Коммерсант в пром-ти М., 2011.

Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебник/ под ред. А.Н. Саломатина. - М.: Инфра-М, 2012.

Дополнительные источники

Дашков Л.П. , В.К.Памбухчиянц Организация и проектирование торговых зданий . М., ИКЦ «Маркетинг» ,2013.

Никитченко Л.И. Контрольно- кассовые машины.М.:Издательский центр «Академия»,2012

Тамбурчак П.П. , В.М.Тумина . Экономика предприятия .СПб ,Химиздат, 2013.

Торговый бизнес в России : правовое обеспечение: Справочник М., ИКЦ «Маркетинг»,2012.

Виртуальная библиотека ([www.vlibrary.ru](http://www.vlibrary.ru))

Гарант ([www.garant.park.ru](http://www.garant.park.ru))

Кодекс ([www.kodeks.ru](http://www.kodeks.ru))

[http://tehnorma.ru/gosttext/gost/gostdop\\_961.htm](http://tehnorma.ru/gosttext/gost/gostdop_961.htm).