**Содержание**

Введение

1. Развитие торговли на современном этапе изучения покупательского спроса на потребительском рынке на коньячные напитки, керамическую посуду
2. Основная часть
	1. Общие сведения о предприятии торговли
	2. Организация рабочего места продавца
	3. Краткая характеристика ассортимента коньячных напитков
	4. Краткая характеристика ассортимента керамической посуды
	5. Организация товароснабжения коньячных напитков и керамической посуды в магазине
	6. Приемка коньячных напитков и керамической посуды по количеству и качеству
	7. Подготовка к продаже коньячных напитков и керамической посуды, рекомендации покупателям
	8. Правила продажи коньячных напитков и керамической посуды, рекомендации покупателям
	9. Закон о защите прав потребителей
3. Работа в узле расчета
	1. Правило безопасных условий труда при работе на контрольно-кассовой машине

3.2 Подготовка контрольно-кассовой машины к работе

3.3 Работа на контрольно-кассовой машине

3.4 Окончание работы на контрольно-кассовой машине

1. Материальная ответственность в магазине
2. Отчетность материально ответственных лиц в магазине
3. Безопасные условия труда в магазине
4. Экономическая часть

Список используемых нормативных источников и литературы

**Введение**

Торговля – это форма товарного обращения, совокупность специфических хозяйственных и технологических операций, обеспечивающих обслуживание процесса обмена, осуществляемого посредством денег.

Роль торговли чрезвычайно велика. Она оказывает влиян6ие на объем и структуру производства товаров, улучшение их ассортимента и повышение качества.

Торговля активно воздействует на потребителя, воспитывает разумные потребности и их вкусы, широко пропагандирует новые товары.

Она связана с денежными обращениями и финансовой системой страны. От правильной организации, степени удовлетворения спроса покупателей зависит и регулярное поступление денежных средств в банки. Торговля предназначена для организации потребления населением товаров и услуг. Для реализации своих целей и задач она выполняет ряд функций:

* + Совершенствование действующей торговой сети и строительство современных предприятий торговли;
	+ Механизация и автоматизация трудоемких работ;
	+ Широкое применение контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков;
	+ Электронизация торговых операций.

**1. Развитие торговли на современном этапе изучения покупательского спроса на потребительском рынке на коньячные напитки и керамическую посуду**

Основным элементом рыночного хозяйства является торговое обращение, осуществляемое посредством торговли.

Именно торговля решает одну из главных задач общественного производства – удовлетворение потребностей населения и доводит товары производства до потребления, поддерживая равновесие между предприятием и спросом, баланс интересов производителя и потребителя.

В современных условиях, наряду с общением экономическими знаниями, возросла роль специальных знаний в области хозяйственно-финансовой деятельности торговых предприятий, а также организация торгового процесса и экономического основания предпринимательских решений, оценки риска торговых фирм.

С начала реформ девяностых годов Россия осуществляет процессы формирования механизмов и инфраструктуры рыночной экономики. Кардинально изменяется деятельность всех отраслей экономики, а также сферы услуг и товарного обращения. Конечным звеном экономической активности субъектов рынка является торговля, поскольку посредством торговли обеспечивается эффективное удовлетворение потребностей покупателя.

Для более полного удовлетворения покупательских потребностей, для формирования оптимального ассортимента на торговом предприятии, необходимо изучить и проанализировать покупательский спрос.

Различают реализованный, неудовлетворенный и формирующийся покупательский спрос.

Реализованный (удовлетворенный) спрос – это спрос, который завершается покупкой товара. В нашем магазине его изучают по товарным и кассовым чекам, по товарным ярлыкам, методом ежедневной регистрации проданных товаров с помощью контрольно-кассовых машин.

Неудовлетворенный спрос – это спрос на товары временно отсутствующих в продаже или по каким-либо показателям не отвечающие запросам покупателей. Его изучают методом специальных книг, куда заносят заявки покупателей на товары, отсутствующие в продаже на момент обращения.

Формирующийся спрос – это спрос на товары новые или малоизвестные. Его в нашем магазине изучает, организовывая выставки-продажи, покупательские конференции, на которых покупатели знакомятся со свойством предоставленных товаров, участвуют в дегустациях.

В магазине, где я прохожу производственную практику, реализованный спрос на товары. Изучают по товарным и кассовым чекам, по журналу изучения спроса покупателей, с помощью контрольно-кассовых машин.

Неудовлетворенный спрос продавцы изучают методом наблюдений, проводят анкетирование среди покупателей (путем устного опроса).

Формирующийся спрос в нашем магазине изучают для выявления отношения покупателей к новым товарам и определения вероятного объема спроса на них.

Для его изучения формируют выставки-продажи.

Выставки просмотры проводят для получения от покупателей отзывов о намеченных к выпуску новых товарах, чтобы установить необходимость освоения данного товара промышленностью и ориентировочно определить масштабы производства.

**2. Основная часть**

**2.1 Общие сведения о предприятиях торговли**

Предприятие, где я прохожу практику называется ИП Бойко, находящееся по адресу: г. Челябинск, Калининский район, Каслинский рынок, имеет лицензию на право торговли посудой, хозяйственными товарами, а также вывеску с указанием о режиме работы, наименования, принадлежности, организационно-правовой формы и товарного профиля.

Информация о режиме работы предприятия помещается на табличке рядом с входной дверью. В этой информации указываются часы открытия и закрытия предприятия, время перерыва. Режим работы предприятия торговли устанавливается по согласию с органами местной администрации. Любые изменения режима должны согласовываться с администрацией, покупатели должны обслуживаться до закрытия магазина (или рабочей смены).

Образцы товаров, находящееся в витрине должны быть проданы по требованию покупателя. Образцы товаров, используемые как элементы витрины, продаже не подлежат. Каждый образец товара снабжают четко и правильно оформленным ценником.

Продовольственные товары, купленные в розничной торговой сети, обратно от покупателей не принимаются и не обмениваются как правило. Товары подлежат обмену или возврату, если установлены скрытые дефекты товаров или несоответствие наименованию, сорту, по которым они были проданы.

Не допускаются к продаже товары без сертификации соответствия, если они подлежат сертификации. Торговое предприятие несет ответственность за ненадлежащее качество товара.

Алкогольные напитки, табачные изделия, игральные карты запрещается продавать несовершеннолетним до 18 лет, а детям до 15 лет запрещается также продавать зажигалки, спички горючие жидкости и ядохимикаты.

Продавец на рабочем месте не должен принимать пищу, курить, вести частные разговоры, обслуживать покупателей сидя, нарушать установленную форму одежды, продавать недоброкачественные товары. Продавец должен уметь правильно оформить товарный ценник.

Предприятие, осуществляющее расчеты с помощью контрольно-кассовых машин, обязаны выдавать покупателям (заказчикам) чек, подтверждающий прием от него наличных средств. При этом следует помнить, что выдаваемые предприятиями счета, квитанции и другие документы не являются заменителем чека, чек действителен только в день выдачи его покупателю, он должен погашаться одновременно с выдачей товара с помощью штампов или надрывов в установленных местах.

Предприятие, где я прохожу практику, относится к мелкой розничной торговле. Предприятие, осуществляющее торговые операции (оказывающее услуги) после приостановления своей деятельности, подвергается штрафу 700- кратном, установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда;

* Предприятие, не вывесившее ценник на продаваемый товар (прейскурант на оказываемую услугу), подвергается штрафу в 100-кратном установленном законом в размере минимальной месячной оплаты труда;
* Не выдача чека лицом, обязанным выдать его покупателю (клиенту), или выдача чека с указанием суммы менее уплаченной наказывается штрафом в 10-кратном установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда, составляющем однако не менее 20% от стоимости покупки (услуги).

На моем рабочем месте есть перечень товаров, разрешенными торговать на территории Правительства Российской Федерации.

Также покупатель имеет право ознакомиться, с документами на товар, сроками хранения продуктов (по накладным, заборным листам), сертификатами на реализуемый товар, проверить правильность веса и меры, иметь беспрепятственный доступ к книге жалоб и предложений, находящейся в торговом зале.

Мелкорозничная торговая сеть- это отдельно стоящие помещения. Мелкорозничная сеть, осуществляющая торговлю через киоск.

В киоске имеются витрины, стеллажи, прилавок, из оборудования имеется ККМ без торгового зала. В киоске работают один - два продавца. Здесь же на площади, которого размещается весь товарный запас. Хозяйка этого предприятия Бойко В.Л. Она сама ведет всю отчетность товарную и денежную. Метод продаж, через продажи.

**2.2 Организация рабочего места продавца**

Под рабочим местом продавца понимается часть площади торгового зала, предназначенная для работы одного или нескольких продавцов, оснащенная специальным оборудованием для размещения, а также выкладки и продажи товаров. На рабочем месте осуществляется показ, выбор, консультация, расчет и упаковка, а также оказание различных услуг покупателям.

Организация рабочего места продавца должна обеспечивать наиболее полное использование площади торгового зала, правильный выбор типа оборудования и возможность его рациональной расстановки.

Важнейшими элементами организации рабочего места продавца является размещение и выкладка товаров, от которых зависят уровень обслуживания покупателей, эффективность труда продавца. Товары размещают по товарно-отраслевому принципу. Когда на одном этаже в одной секции, отделе находятся товары различных групп, взаимосвязанных в спросе или удовлетворяющих потребности определенных контингентов покупателей. За каждым товаром следует закреплять постоянное место. Покупатели привыкают к этому и легко ориентируются в торговом зале, работникам магазина это помогает контролировать сохранность товаров, следить за полнотой ассортимента товаров и своевременно пополнять его запасы.

При размещении и выкладке товаров значение имеют зоны, в которых расположены полки, оборудование. Для осмотра товаров наиболее удачной является зона полок, расположенных на уровне глаз покупателей.

Карандаш или ручка для простукивания керамических изделий, ножницы, скотч, бумага или картон для упаковки изделий, также имеется салфетка для уборки пыли с изделий и коньячных бутылок. Инвентарь, инструменты и упаковочный материал лежат ближе к продавцу. Чтобы пополнить рабочее место товаром нужно выбирать удобное время, товары на рабочее место попадают вручную, используя корзины, латки, ящики. А также применяются различные виды механизации (тележки, поддоны). По окончанию рабочего дня, рабочее место приводим в порядок, все убираем и моем.

В магазине, где я прохожу практику – это продажи через прилавок, за каждым товаром закреплено определенное место.

**2.3 Краткая характеристика ассортимента коньячных напитков**

Коньяк – это крепкий алкогольный напиток (40-57% спирта), приготовленный из коньячного (виноградного) спирта, полученного путем перегонки столовых виноградных вин. Тонкий сложный букет и золотистая окраска коньяка является результатом выдержки коньячного спирта в дубовых бочках в течении нескольких лет (не менее 3 лет).

Различают коньяки ординарные, марочные и коллекционные. Ординарные коньяки получают из коньячных спиртов, выдержанных от 3 до 5 лет. Их обозначают тремя, четырьмя и пятью звездочками.

Марочные коньяки готовят из коньячных спиртов со сроками выдержки свыше 6 лет. К ним относят коньяк, выдержанный К.В. – из коньячных спиртов 6-7 летнего возраста, коньяк, выдержанный высшего качества КВВК – из коньячных спиртов от 8 до 10 лет и коньяк старый КС – из коньячных спиртов возрастом 10 лет и старше. Марочные коньяки, выдержанные не менее 3 лет в дубовых бочках считаются коллекционными.

Марочным и коллекционным коньякам присваиваются специальные названия. К Лучшим коньякам относятся: Юбилейный, Отборный, Двин, Тбилиси, Ереван, Кизляр, Дойна, Дагестан, Россия, Махачкала и др.

**2.4 Краткая характеристика ассортимента керамической посуды**

Керамическая посуда подразделяется на фарфоровую, фаянсовую, майоликовую посуду, гончарные и тонко каменные изделия.

Фарфоровая посуда классифицируется:

* По назначению: на столовую, чайную, кофейную.
* По форме: плоские и полые изделия.
* По размерам.
* По видам разделок: на белые (без украшений) из разделками (декольт, трафарет, живопись).
* По комплектности: а) комплектные изделия (сервиз, гарнитур, набор); б) штучные изделия.

Столовая посуда.

Столовая посуда делится на посуду для принятия пищи (тарелки) и посуду для подачи на стол (блюда, вазы для супа, селедочница, солонки, сухарница).

К комплектной посуде относятся столовые сервизы и наборы. Сервизы выпускают на 6 и 12 человек, в них входят 35 и 68 предметов.

Чайная и кофейная посуда.

К посуде для подачи пищи на стол относятся чайники, кофейники, кувшины, сахарницы, масленки, молочники, вазы для конфет.

К посуде для принятия напитков относятся бокалы, кружки, пиалы.

К комплексной посуде относятся сервизы, гарнитуры и наборы. Гарнитур состоит из сервиза и дополнительных предметов (мелкие тарелки, вазы для варенья, масленки).

Ассортимент фаянсовой и майоликовой посуды идентичен фарфоровой посуде.

Ассортимент тонкокаменных изделий.

В ассортимент этих изделий входят столова и чайная посуда, хозяйственная посуда, кухонная посуда для приготовления пищи (из термостойких тонкокаменных масс), а также художественно декоративные изделия (вазы для цветов, пепельницы, настольные украшения). Тонкокаменные изделия покрывают прозрачными или глухими глазурями. В отличии от ассортимента изделий из других видов керамики, ассортимент тонкокаменных изделий еще не получил должного развития.

Ассортимент гончарных изделий.

Гончарные изделия подразделяют на изделия для варки пищи, для хранения пищи и художественно декоративные. Изделия для варки пищи – горшки и крынки для молока. Внутреннюю поверхность этой посуды всегда глазируют. Горшки выпускают вместимостью 0,5 -3 л и более, крынки для молока – 0,5, 1,5 и 2 л.

К изделия для хранения пищи относятся кувшины, миски, банки для солений, варенья, сахарницы и др. Кувшины имеют такую же форму, как и крынки для молока, но в отличие от крынок их изготавливают со сливом и ручкой. Вместимость их 1, 1,5 и 2 л. Миски, как правило, глазируют с лицевой и внутренней сторон, вместимость их 0,5, 0,75 и 1 л. Кружки изготавливают цилиндрическими с ручкой, глазированные с внешней и внутренней сторон, вместимостью 0,15 – 0,5 л.

**2.5 Организация товароснабжения коньячными напитками керамической посуды в магазине**

Для того, чтобы в полном объеме снабжать предприятие разнообразными товарами, большое значение отводится и торгово-оперативного процесса товароснабжения.

Товароснабжение – это совокупность мероприятий, связанных с доведением товара от производителя до потребителя.

От правильной организации товароснабжения зависит полнота ассортимента торгового предприятия и степень удовлетворения покупательского спроса. Рациональная организация товароснабжения возможна при соблюдении ряда принципов: планомерность, ритмичности, оперативность и экономичность.

Товароснабжение существует в двух формах складское и транзитное. Складская форма позволяет создать в магазине широкий внутригрупповой ассортимент, что особенно важно для торговли сложными товарами. Транзит – это форма товароснабжения, когда товар от изготовителя направляется в магазины, минуя склады оптовой и розничной торговли.

В магазине, где прохожу практику, товароснабжение и складское и транзитное.

**2.6 Приемка коньячных напитков и керамической посуды по количеству и качеству**

Одной из важнейших составных частей технологического процесса магазина является приемка поступивших товаров по количеству и качеству.

Порядок и сроки приемки, а также ее документальное оформление регулируется инструкциями «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству». Данные инструкции применяются в тех случаях, когда это предусмотрено договором между поставщиком и покупателем, и иной порядок приемки не установлен стандартами, техническими условиями, другими обязательными правилами.

Осуществляют приемку товаров работники магазина, на которых возложена материальная ответственность. Они должны хорошо знать правила и сроки приемки, уметь составлять все необходимые документы, быть компетентными в вопросах определения количества и качества товаров.

Основными элементами процесса приемки различных товаров является:

* ознакомление с сопроводительными документами и проверка их правильности оформления;
* проверка соответствия наименования товаров и маркировки данным сопроводительных документов;
* проверка количества мест, состояния тары и упаковки, массу, брутто.
* проверка соответствия цен, указанных в сопроводительных документах;
* вскрытие тары;
* документальное оформление результатов приемки.

Приемка товаров по количеству:

* 1. сопоставляют количество тарных мест, товарных единиц, метров, массу брутто с данными сопроводительных документов и маркировки, проверка состояния тары, упаковки, целостности пломб;
	2. Товары принимают одновременно со вскрытием тары «срок окончательной приемки 10 дней.

Примечание: приемку ведут на основании транспортных и сопроводительных документов при обнаружении недостачи, пересортицы, излишков приемка прекращается и составляется акт лицами, участвующими в приемке.

Приемка товаров по качеству:

Приемку товаров ведут на основе гостов, технических условий, образцов-эталонов товароведы-бракеры, или другие лица. Сроки поставки:

1. при одногородней – не позднее 10 дней;
2. при иногородней – не позднее 20 дней со дня получения.

При обнаружении дефектов акт составляют в период установленного гарантийного срока.

Приемку проводят лица, хорошо знающие инструкции и госты. Для приемки также привлекаются представители общественности данного магазина и предприятия, установленные поставщиком.

В магазине, где я прохожу практику, коньячные напитки принимают по количеству и качеству.

Приемке подлежат напитки, соответствующие требованиям стандартов или технических условий. Оценку качества алкогольных напитков начинают с осмотра их упаковки, укупорки и маркировки. Просматривая бутылки с содержанием в проходящем свете, устанавливают цвет и степень прозрачности напитка, надлежащий уровень содержимого в посуде, наличие мути, осадка, посторонних примесей. Готовые бутылочные коньяки должны быть кристаллически прозрачными.

Если в процессе приемки возникло сомнение в качестве товара, отбираются пробы в установленном соответствующими стандартами или техническими условиями порядке.

Все напитки должны иметь маркировку – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенный на упаковку на горлышко бутылок наклеивают кольередку с указанием для коньяка – количество звездочек и наименование коньяка.

Керамические товары должны быть прочными, удобными в пользовании, иметь красивый внешний вид. Их изготавливают в соответствии с образцами, утвержденными в установленном порядке. При оценке качества керамических товаров обращают внимание на показатели качества черепка, глазури и декорирования. В зависимости от внешнего вида, физико-технических показателей, характера, размера и количества дефектов посуды по действующим ГОСТам делится на 1 и 2 сорта.

Белизну, термическую стойкость, водопоглащение, кислотостойкость определяют по методикам, изложенным в ГОСТах.

Белизна фарфоровых изделий для 1-го сорта должна быть не менее 64% для 2 – 58%.

Просвечиваемость характерна только для фарфоровых изделий, которые в слоях толщина до 2,5 мм просвечивают. Механически прочным считают фарфоровые и фаянсовые тарелки и блюдца, которые при пятидневном хранении их стопками (первые по 120 штук, а вторые по 100 и 150штук) не разрушаются.

Наличие дефектов устанавливают при внешнем осмотре изделия. Все многообразие дефектов, встречающихся на керамических изделиях делятся на дефекты черенка и глазури и дефекты декорирования.

**2.7 Подготовка к продаже коньячных напитков, керамической посуды и их хранение в условиях магазина**

Правильно организованная предварительная подготовка товара к продаже ускоряет процесс продажи, повышает культуру обслуживания покупателей. В результате улучшается не только сохранность качества товаров, но и их внешний вид, санитарно-гигиенические условия в магазине, выразительность товарной выкладки, художественное оформление интерьеры торгового зала. В результате повышается эффективность труда торговых работников и объем розничного товарооборота, обеспечивается более высокая пропускная способность магазинов, лучше используются торговые площади. Кроме того, при продаже расфасованных, штучных и упакованных товаров уменьшается товарные потери.

Предварительная подготовка товаров к продаже включает следующие основные операции:

* + сортировку – разборку товара в зависимости от их качества на сорта, изделия недоброкачественной, нестандартной продукции;
	+ проверку упаковки , маркировки; Маркировка должна включать следующие данные: наименование предприятия и его подчиненность, название товара, его сорт, массу нетто или емкость, дату выпуска, номер стандарта, розничную цену; при проверке маркировки особое внимание следует обратить на дату выпуска товара и гарантийный срок хранения, которые должны быть обозначены максимально четко и соответствовать требованиям стандартов.
	+ комплектование наборов с - учетом комплектного спроса подачу товаров на рабочее место продавца.

Керамические товары отчищают от пыли и стружки. Проверяют комплектность наборов. Тщательно протирают, осматривают, простукивая тонкой палочкой или карандашом, убеждаются в отсутствии трещин в изделие, проверяют комплектность сервизов.

Подготовка к продаже коньячных напитков начинается с просмотра содержимого в бутылках в проходящем свете, надлежащий уровень содержимого в посуде. Все напитки должны иметь маркировку – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенный на упаковку. На горлышко бутылок наклеивают кольерредку с указанием для коньяка – количество звездочек и наименование коньяка.

Срок хранения коньяка при температуре от 8 до16оС.

Коньяк в бутылках хранят в транспортных ящиках при температуре не выше +5оС. При слишком высокой температуре в помещение расширение напитка и потеря его крепости. Низкая температура способствует выпадению осадка.

Принимают коньячные изделия по количеству тарных мест и количеству товарных единиц. Сопоставляют с данными сопроводительных документов.

**2.8 Правила продажи коньячных напитков и керамической посуды, рекомендации покупателям**

Продажа товаров – это наиболее ответственная операция, так как связана она с непосредственным обслуживанием покупателей.

Процесс традиционной продажи товаров состоит из следующих элементов:

* + встреча покупателя и предоставление ему необходимой информации;
	+ предложение и показ товаров, консультация;
	+ подсчет стоимости товаров;
	+ оплата купленных товаров;
	+ упаковка приобретенных товаров и укладка их в сумку покупателя.

Встреча покупателя. Продавец должен приветливо встречать каждого покупателя и выражать готовность его обслужить. При появлении покупателя должны быть отложены все дела – заполнение документов, подсчет чеков, выкладка товаров, уборка рабочего места.

Выявление спроса покупателя. Продавец должен сам первый проявить инициативу в вежливой форме выяснить, какой товар интересует покупателя. Разговор с покупателем должен быть спокойным, выдержанным. В разговоре нужно применять такие выражения, как «Прошу Вас», «Будьте добры», «Что Вам показать?».

Предложение и показ. Товар нельзя предлагать молча. Продавец должен в процессе предложения кратко рассказать покупателю о достоинствах товара, его назначении, цене. Показ товара следует начинать с простых товаров, нельзя предлагать сразу более трех изделий средней цены. При показе нужно дать возможность покупателю самостоятельно ознакомиться с товаром, а технически сложные товары продемонстрировать в действии. В случае отсутствия нужного покупателю товара необходимо предложить равноценный, заменяющий. Покупателю следует сообщать возможные сроки поступления требуемого товара.

Консультация покупателей. Продавец должен знать и уметь объяснить покупателю преимущества одних товаров перед другими, должен оказывать помощь, сопутствующие товары предлагают после того, как покупатель выбрал основной товар. Предложение новинок также является важным элементом обслуживания покупателей.

Подготовка товара к отпуску. Проверяют комплектность, наличие паспорта и инструкции о правилах пользования, а также проводят сборку и разборку изделий в присутствии покупателя.

Подсчет стоимости покупки и расчет с покупателем. Эти операции должны выполнить быстро и четко. Продавцу – контролеру следует внимательно проверить правильность уплаченной суммы, достоверность чека. Продавец должен уметь пользоваться счетной техникой, считать устно быстро и без ошибок.

Упаковка и вручение покупки. Продавец должен владеть техникой складывания и упаковки товара. Упаковывать следует на виду у покупателя. Упакованный товар вежливо вручают покупателю и приглашают его вновь посетить магазин.

Профессиональное поведение продавца предусматривает тактичность, приветливость, подчеркнутую вежливость, радушие предупредительность. Большое значение имеет внешний вид продавца, его рабочая форма должна соответствовать предъявляемым требованиям.

Продажа керамических изделий кроме унитарного назначения, имеют художественную и декоративную ценность; продавец должен знать современные требования моды на эти товары и знакомить с ними покупателей. Товары отличаются большим разнообразием, поэтому необходимо помогать покупателю сделать выбор. Изделия нужно показывать так, чтобы хорошо просматривались на только его форма, но и украшение. Следует предложить покупателю и сопутствующие товары. Так, если покупатель приобретает кувшин для сока, то ему можно порекомендовать и комплект (набор) стаканов для сока.

Продажа коньячных изделий осуществляется на основании лицензии, выдаваемой в соответствии с законодательством Российской Федерации и нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Продавец обязан своевременно в наглядной и доступной форме довести до сведения покупателя необходимую и достоверную информацию о товаре и его изготовителе, обеспечивающую возможность правильного выбора алкогольной продукции.

Информация в обязательном порядке должна содержать на русском языке следующие сведения:

* + наименование и цена алкогольной продукции;
	+ данные, подтверждающие проведение сертификации алкогольной продукции;
	+ наименование производителя и страна происхождения;
	+ государственные стандарты, требования, которым продукция должна соответствовать;
	+ объем алкогольной продукции в потребительской таре;
	+ наименование основных ингредиентов, влияющих на вкус и аромат;
	+ содержание в алкогольной продукции вредных для здоровья веществ;
	+ противопоказания к применению алкогольной продукции.

Не допускается продажа коньячных изделий:

* + без информации о проведении обязательной скртификации и не маркированным знаком соответствия;
	+ некачественной и опасной для здоровья людей;
	+ с содержанием этилового спирта не более 18% объема готовой продукции в полистироловой таре, жестяных банках;
	+ лицам, не достигшим 18 лет;
	+ в детских, учебных, культовых и лечебно профилактических учреждениях.

**2.9 Закон «О защите прав потребителя»**

Закон «О защите прав потребителей» является основным нормативным актом на территории РФ, который устанавливает правила охраны и защиты прав потребителей.

Глава 1. Общие положения.

Статья 4. Качество товаров. Продавец обязан передать потребителю товар. Качество, которое соответствует договору.

Глава 2. Защита прав потребителей при продаже товаров потребителям.

Статья 18. Потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если оно не было оговорено продавцом, вправе по своему выбору потребовать безвозмездное устранение недостатков товара или возмещение расходов на исправления потребителем или третьим лицом: соразмерного уменьшения покупной цены; Замены на товар аналогичной марки (модели, артикула), замены на такой же товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены.

Статья 19. Потребитель вправе предъявлять предусмотренные ст. 18 Настоящего Закона требования к продавцу или изготовителю в отношении недостатков товара, если они обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности.

Гарантийный срок исчисляется со дня товара потребителю, если иное не предусмотрено договором. Если день передачи установить невозможно, эти сроки исчисляются со дня изготовления товара.

В отношении товаров, на которых гарантийные сроки или сроки годности не установлены, потребитель вправе предъявит указанные требования, если недостатки обнаружены в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи их потребителю, если более длительные сроки не установлены договором.

Статья 20. Устранение недостатка товаров изготовителем. И в отношении длительного пользования организация обязана при предъявлении потребителем требования в трехдневный срок безвозмездно предоставить потребителю на период ремонта аналогичный товар и обеспечить доставку за свой счет.

Статья 23. За нарушения предусмотренные ст. 20, 21, 22. Настоящего Закона сроков, а также за невыполнение требований потребителя о предоставлении ему на период ремонта аналогичного товара. Продавец или организация, выполняющая функции на основании договора с ним, допустившая такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки и неустойку в размере 1% цены товара.

Статья 25. Предусматривает право потребителя на обмен товара надлежащего качества, это право возникает, если приобретенный товар не соответствует по форме, фасону либо комплекции и реализуется в течении четырнадцати дней, не считая дня его покупки, при отсутствии аналогичного товара в день обращения покупателя можно по выбору расторгнуть договор купли-продажи и потребовать уплаченной за нее суммы либо произвести замену.

Статья 43. Предусматривает санкции, налагаемые федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими контроль за качеством.

Санкции, предусмотренные этой статьей, включают штрафы за уклонение от исполнения или несвоевременное исполнение предписаний о прекращении нарушений прав потребителей в размере до 5 тыс. руб. размеров оплаты труда.

**3. Работа в узле расчета**

**3.1 Правила безопасных условий труда при работе с контрольно-кассовой машиной**

При работе с контрольно-кассовой машиной необходимо выполнять следующие правила безопасных условий труда:

* + - 1. Рабочее место кассира должно быть оборудовано так, чтобы исключалась возможность соприкосновения работающего с токопроводящими устройствами, шинами заземления, батареями отопления, водопроводными трубами.
			2. Включать машину в сеть следует через специальную розетку, которая должна быть заземлена.
			3. Не разрешается применять предохранители, не рассчитанные на ток, предусмотренные технической характеристикой данной машины, и включать машину в сеть без предохранителя.
			4. Перед включением машины в электрическую сеть надо осмотреть вилку шнур, розетку и убедиться в их исправности.
			5. Следует помнить, что с автоматическим открыванием денежного ящика во время выдачи первого чека происходит выталкивание денежного ящика под действие пружины не менее чем на 1/3 его длины.
			6. Не допускается вмешательство в работу машины после ее пуска, до окончания рабочего цикла.
			7. При остановки машины по неизвестной причине, а также при внезапном стопорении, необходимо отключить ее от сети электропитания.
			8. Запрещается проводить техническое обслуживание машины, подключенной к сети электропитания.
			9. После окончания работы на машине необходимо отключить электропитание, вынув штепсельную вилку из розетки.
			10. Не следует допускать к работе на машине лиц, незнакомых с правилами работы и техники безопасности.

**3.2 Подготовка контрольно-кассовой машины к работе**

Перед началом работы на машине, кассир получает у администратора ключи отмены, чек и контрольные листы, журнал «Кассира операциониста», разменную монету, принадлежности для работы и обслуживания машины. Перед включением машины в сеть проверяется исправность электровилки, шнура питания, заземления, сохранность пломбы контрольно-кассовой машины. Получением нулевого чека кассир проверяет работу машины, качество печати и правильность отпечатанных реквизитов.

Нулевые чеки к концу дня прилагаются к кассовому отчету. Вместе с администратором кассир проверяет состояние регистров машины на начало смены и оформляет соответствующие документы. В начале смены выводиться «Х – отчет», который подписывают кассир и администратор, затем оформляе6тся контрольная лента на начало рабочего дня. На контрольной ленте указывается название магазина, дата, время начала работы, тип и номер кассовой машины, показания секционных и контрольных счетов. Контрольную ленту подписывает кассир и администратор.

**3.3 Работа на контрольно-кассовой машине, устранение простейших неисправностей**

Кассир, получив от покупателя деньги, должен четко назвать сумму полученных де6нег, деньги положить на виду у покупателя, напечатать чех, объявить общую стоимость покупок, назвать сумму сдачи и выдать ее вместе с чеком, при этом бумажные купюры и разменную монету выдать одновременно, после окончания расчета положить деньги в денежный ящик.

В течение смены у кассира могут возникнуть различные ситуации: возврат чеков в кассу, выход чека с неясными оттесками, возврат товаров в магазин, обрыв контрольной ленты, и другое. В случае возврата чека покупателем кассир может выдать деньги при наличии на чеке подписи директора или его заместителя. В конце рабочего дня кассир совместно с администратором составляет акт о возврате денежных сумм по неиспользованным чекам. Неиспользованные чеки гасятся, наклеиваются на лист бумаги и вместе с актом сдаются в бухгалтерию.

В случае обрыва контрольной ленты, выходы чека с неясными оттесками или вообще невыхода чека, кассир вызывает представителя администратора. Чек с неясными оттесками сверяют с показаниями контрольной ленты, после установления суммы ее повторяют на обороте чека, чек подписывает представитель администрации. Концы контрольной ленты в месте обрыва после сверки порядковой нумерации подписывает администратор и кассир с указанием времени обрыва.

Операции по последовательности получения чеков:

* 1. Х – отчет;
	2. Z – отчет;
	3. Чек без продаж;
	4. Чек на одну покупку;
	5. Чек не несколько покупок;
	6. Чек на количество товара и цен;
	7. - %;
	8. + %;
	9. Анализирование покупок;
	10. Отчетный чек.

**3.4 Окончание работ на контрольно-кассовой машине**

После окончания рабочей смены кассир подготавливает денежную выручку вместе с кассовым отчетом по приходно-кассовому ордеру старшему кассиру.

Представитель администрации в присутствии кассира снимает показания секционных и контрольных счетчиков, получает расписку, контрольная лента в этом случае является «Z – отчетом». Контрольная лента оформляется на конец рабочего дня так же, как и на начало смены, с указанием дневной выручки. По показаниям секционных счетчиков на начало и конец рабочего дня определяется сумма выручки. После снятия показаний счетчиков кассовой машины, оформления «Z – отчета» и контрольной ленты проверяется фактическая сумма выручки, оформляется журнал кассира-операциониста. Сумма выручки, определенная по показаниям счетчиков, должна совпадать с суммой, сданной старшему кассиру. При расхождении суммы на контрольной ленте с выручкой, администратор с кассиром выясняют причину расхождений. В конце рабочего дня кассир сдает ключи, контрольную ленту, журнал кассира-операциониста и приводит рабочее место в санитарное состояние.

**4. Материальная ответственность в магазине**

Материальная ответственность заключается в ответственности работников розничного торгового предприятия ущерба, причиненного при исполнении своих трудовых обязанностей. Сущность материальной ответственности определена «Положением о материальной ответственности рабочих и служащих, причиненный предприятию, учреждению, организации» и Гражданским Кодексом РФ и заключается в возникновении правоотношений между организацией, предприятием и материально ответственным по поводу возмещения причиненного ущерба или недостачи, или хищения товарно-материальных ценностей, произошедших в следствии действия или бездействия ответственного работника.

Полная материальная ответственность, предусмотренная действующим законом, возлагается на работников, которые имеют полный доступ к товарно-материальным ценностям по роду своей работы. На предприятиях торговли материальная ответственность в полном размере возлагается на материально ответственных лиц, которые получают под отчет товарно-материальные ценности, в следствии чего они обязаны обеспечить их полную сохранность, а в случае недостачи или порчи ценностей возместить их стоимость.

Возложение полной материальной ответственности на работников оформляется договором о материальной ответственности, который заключается в письменном виде. Ограниченная материальная ответственность возлагается на работников, не являющихся материально-ответственными лицами, по возмещению стоимости причиненного ущерба, но ограниченному суммой, определенной действующим законодательством в пределах заработной платы работника.

Договор материальной ответственности представляет собой двухстороннее соглашение, заключенное в письменном виде. Сторонами такого договора выступают, с одной стороны, торговое предприятие в лице директора (заведующего), с другой стороны – работник или группа работников (бригада, коллектив). В договоре оговариваются права и обязанности сторон, где стороны имеют возможность требовать друг от друга выполнения условий договора.

Согласно действующему законодательству договор о материальной ответственности заключается с дееспособными лицами, достигшими 18–ти летнего возраста.

Возмещение ущерба предполагается в добровольном порядке, этот пункт договора очень важен. В случае если материально-ответственные лица отказываются возместить причиненный ущерб, администрация предприятия имеет право обратиться в суд и взыскать сумму ущерба с работника в принудительном порядке.

Следует знать: лица, уволенные с работы за хищения, кражи, растраты и судимые вследствие этих правонарушений, к работе с товарно-материальными ценностями не допускаются.

На торговых предприятиях применяются следующие формы материальной ответственности: индивидуальная и бригадная.

Индивидуальная ответственность – это ответственность отдельных лиц (одного работника) отвечающих за свои действия.

Коллективная (бригадная) материальная ответственность – это ответственность каждого работника (члена бригады) за собственные действия и действия коллег по работе и наоборот, коллектив (бригада) за действия каждого члена бригады.

На предприятии, где я прохожу практику форма материальной ответственности – индивидуальная.

При индивидуальной материальной ответственности товарно-материальные ценности включают под ответственность непосредственно одному работнику (кассир, кладовщик, продавец, киоскер и др.). Этот работник сам реализует товарно-материальные ценности, обеспечивает их сохранность, несет личную ответственность в случае недостачи или ущерба, причиненного по его вине. Такая форма материальной ответственности приобрела широкое распространение в условиях рыночной экономики, т.е. мелкорозничная торговая сеть получила быстрое развитие (ларьки, киоски).

**5. Отчетность материально-ответственных лиц**

Товарный отчет – это документ, который отражает движение товарных ценностей в торговом предприятии.

Основанием для составления товарного отчета являются первичные товарные приходные товарные документы и расходные документы.

Сроки предоставления товарных отчетов устанавливаются руководителем и главным бухгалтером торгового предприятия. В Рекомендациях по определению учетной политики торгового предприятия установлено, что товарные отчеты сдаются материально-ответственными лицами в бухгалтерию за срок, не превышающей 5 дней.

Товарный отчет составляется материальным лицом с определенной периодичностью в двух экземплярах. Все приходные и расходные документы складываются в хронологическом порядке, скрепляют с первым экземпляром отчета и сдают под расписку на втором экземпляре, который остается на хранение у материально-ответственного лица, в бухгалтерию. Наличие документов бухгалтер проверяет сразу в присутствии материально-ответственного лица.

Правильность составления товарного отчета бухгалтер торгового предприятия проверяет непосредственно в день поступления отчета.

В настоящее время распростране6на практика составления товарно-денежного отчета. В приходной части данного документа отражается остаток товаров на начало отчетного периода и поступление товара по данным в хронологическом порядке. При этом указывается: наименование поставщика, номер и дата сопроводительного документа, сумма поступившего товара по каждому поставщику.

Товарные или товарно-денежные отчеты и приложенные к ним документы строгой отчетности хранятся торговым представителем не менее трех лет.

На предприятии, где я прохожу практику, товарные отчеты составляю я сама. Каждые пять дней в двух экземплярах, один из которых я сдаю своей начальнице, а второй – оставляю у себя. Так как я и есть материально-ответственное лицо.

**6. Безопасные условия труда в магазине**

Предприятия торговли, где я прохожу производственную практику, соблюдают действующие в Российской Федерации санитарное законодательство и осуществляют контроль за его соблюдением. На предприятие также соблюдают технику безопасности.

Техника безопасности – это система организационных технических мероприятий средств, предотвращающих воздействие на работающих опасных и вредных производственных факторов.

Безопасный труд – это состояние условий труда, при котором исключено воздействие на работающих опасных и вредных производственных факторов.

Работники предприятия допускаются к работе только после получения ими инструктажа по технике безопасности. Инструктаж подразделяется на вводный, первичный на рабочем месте, повторный, внеплановый и текущий. Инструктаж должен проводиться на основе инструкции по технике безопасности с учетом конкретных условий работы и применительно к профессии для должности инструктируемого. Инструкции разрабатываются для каждой профессии и вида работ.

Санитарные правила торговых предприятий. Предприятие торговли независимо от их организационно-правовой формы и ведомственной принадлежности обязаны соблюдать действующие в Российской Федерации санитарное законодательство и осуществлять контроль его выполнения. В первую очередь это относиться к предприятиям продовольственной торговли, для которых установлены специальные санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов, утвержденные Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 6 сентября 2001г.

Санитарными правилами установлены требования:

* + к размещению организации торговли;
	+ к водоснабжению и канализации;
	+ к планированию, размещению и устройству помещений организации торговли;
	+ к оборудованию, инвентарю и посуде;
	+ к мелкорозничной сети;
	+ к мероприятиям по борьбе с грызунами.

Личная гигиена персонала. Особые требования предъявляются к личной гигиене персонала. Все поступающие на работу в продовольственные магазины проходят медицинские осмотру, профессиональную гигиеническую подготовку и аттестацию.

Требования к соблюдению санитарных правил. Ответственность за соблюдение санитарных правил возлагается на руководителя торговой организации, который обязан обеспечить:

* + выполнение требований санитарных правил всеми ее работниками;
	+ должное санитарное состояние нецентрализованных источников водоснабжения и качество воды в них;
	+ организацию производственного контроля;
	+ прием на работу лиц, имеющих допуск по состоянию здоровья, пришедших профессиональную гигиеническую подготовку и аттестацию;
	+ наличие личных медицинских книжек на каждого на каждого работника;
	+ организацию регулярной централизованной стирки и починки санитарной и специальной одежды;
	+ своевременный вывоз мусора, утилизацию использованных люминесцентных ламп;
	+ наличие аптечек для оказания первой помощи и их своевременное пополнение;
	+ организацию санитарно-просветительной работы с персоналом

Раз в месяц должен быть санитарный день.

**7. Экономическая часть**

Издержки обращения – это выраженные в денежной форме расходы, затраты торгового предприятия по доведения товаров от производителя к потребителю.

Отношение суммы издержек обращения к товарообороту называется уровнем издержек обращения и выражается в процентах.

Уровень издержек, выраженный в процентах, равен сумме издержек обращения деленный на товарооборот, умноженный на 100%.

Товарооборот магазина «ИП Бойко В.Л.» составляет 200 000 рублей, сумма издержек обращения – 35 000 рублей. Отсюда следует, что уровень издержек обращения составляет: издержки обращения / товарооборот \* 100% = 35 000 / 200 000 \* 100% = 0,175.

Структура образования цена

Цена промышленная включает:

* Цена предприятия;
* Оптово-сбыточная надбавка;
* НДС.

Оптовые (отпускные)

Розничная включает:

* Отпускная цена;
* Торговая надбавка;
* Налог с продаж

Цена предприятия включает

* Себестоимость;
* Плановая прибыль;
* НДС.

Источники получения дохода магазина:

* 1. Доход реализации (через торговую надбавку);
	2. Внереализационные доходы (дополнительные платные услуги, сдача свободных площадей в аренду, выпуск собственной продукции);

Факторы, влияющие на величину дохода:

1. Объем и структура товарооборота;
2. экономическая обоснованность торговой надбавки;
3. количество и качество дополнительных услуг;
4. Выбор поставщиков и условия поставки.

Оценка экономической качественной деятельности предприятия (конечный результат) производиться по прибыли, которая делится на два вида:

1. Прибыль от реализации равна валовому доходу минус издержки обращения;
2. Чистая балансовая прибыль от реализации плюс незапланированные доходы минус незапланированные расходы минус налоги.

Прибыль, планируемая в сумме и процентах – это отношение суммы прибыли к товарообороту называется рентабельностью.

Рентабельность в процентах равна сумма прибыли / товарооборот \* 100% = 250000 / 80000 \* 100% = 3,125

Рентабельность в магазине «ИП Бойко В.Л.» в процентах. Полученные данные позволяют сказать, что магазин «ИП Бойко В.Л.» является рентабельным, т.к. процент рентабельности равен 3,125.

Расходы магазина:

* Транспортные:
* На оплату труда, аренду, содержание зданий;
* Амортизация основных средств;
* На топливо, газ, электроэнергию;
* На хранение, упаковку товаров;
* На торговую рекламу.

Пути повышения рентабельности:

* 1. Экономия издержек обращения;
	2. Недопущение случаев недостачи материальных ценностей и нарушения правил торговли;
	3. Получение магазинов всех причитающихся торговых надбавок;
	4. Применение дополнительных платных услуг.

Распределение прибыли в магазине «ИП Бойко В.Л.» происходит следующим образом:

* + - Фонд материального поощрения;
		- Фонд социально-культурных мероприятий;
		- Фонд развития производства.

Отсюда следует вывод, что большая широта ассортимента выступает в качестве одного из критериев конкурентоспособности магазина.

**Список используемых нормативных источников и литературы**

1. Барановский В.А. – «Продавец»; Учебное пособие для учащихся колледжей и средних профессионально – технических училищ.
2. Козюлина Н.С. – «Продавец, контролер-кассир»; Учебник - М. Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко ». – 2004г. – 396с.
3. Моисеинко Н.С. – «Товароведение непродовольственных товаров»; Часть 1. Серия «Учебники XXI века». Ростов Н/Д: «Феникс» - 2001г. – 320с.
4. Неверова А.Н., Чалык Т.И. – «Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами»; ИРПО; Изд. Центр «Академия» - 2000г. – 464 ст.
5. Памбухчиянс О.В. - «Пособие для продавца непродовольственных товаров».
6. Памбухчиянс О.В. - «Технология розничной торговли»; Учебник для начального профессионального образования по профессии «Продавец, контролер-кассир» - 3-е изд. перераб. и доп. - М. Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко ». – 2002г. – 284с.
7. Парфентьева Т.Р., Миронова Н.Б., Петухова А.А., Филиппова Н.М. – «Оборудование торговых предприятий» - ПрофОбрИздат – 2001г. – 128 с.
8. Рубцова Л.И., Тимофеева В.А., Дашкевич М.В. – «Справочник продавца продовольственных товаров» - Серия «Учебники, учебные пособия» - Ростов Н/Д: «Феникс» - 2002 г. – 416 с.
9. Шур Д.Л., Труханович Л.В. – «Основы торговли. Розничная торговля» - Настольная книга руководителя, главбуха и юриста – М.: Издательство «Дело и сервис» - 1999 г. – 704 с.