**План:**

1. Вводная часть
2. Классификация и ассортимент
3. Правила приема товара по количеству и качеству
4. Размещение и выкладка товаров
5. Правила хранения и упаковка товаров
6. Оборудование торгового зала
7. Правила работы и обязанности торговых работников
8. Правила проведения инвентаризации
9. Документальное оформление торговых операций.
10. Список использованной литературы.
11. **Ассортимент и сырье макаронных изделий.**

Макаронные изделия вырабатывают из пшеничной муки, богатой клейковиной, в основном высшего и первого сортов. По форме различают четыре типа макаронных изделий:

- трубчатые, собственно макароны;

- рожки, коротко обрезанные макароны;

- перья, косо обрезанные короткие прямые макароны;

- нитевидные, вермишель, ленточные-лапша, фигурные изделия-различные мелкие фигурки.

Макароны могут иметь длину: 15, 22, 30 и 40 см.

Рожки 1-5 см.

Перья 10-15 см.

Макароны бывают с гладкой или гофрированной поверхностью, и в зависимости от диаметра, выпускаются под названиями: соломка ( диаметром до 4 мм), любительские ( более 7 мм).

Вермишель по толщине нитей выпускают следующих наименований: паутинка ( диаметром до 0,8 мм), тонкая ( диаметром до 1,2 мм), обыкновенная (до 1,5 мм), любительская (до 3 мм).

Вермишель тонкая и паутинка бывают свернутыми в бантики и мотки, весом каждая не более 30 грамм.

По длине вермишель делиться на длинную – не менее 20 см, и короткую – не менее 1,5 см.

Лапша – в зависимости от ширины полоски- ленты подразделяется на :

А) узкую- шириной до 3 мм, длиной не менее 105 см.

Б) широкую- шириной от 3 до 7 мм, длиной не менее 2 см.

В) гофрированную-такой же длины и ширины, как широкая.

Г) длинную-(прямая и гнутая), шириной до 7 мм, длиной не менее 20 см, а так5же в виде бантиков весом до 50 грамм.

**2.Номенклатура и товарный ассортимент**

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы товаропроизводитель своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые бы, соответствуя в целом профилю его производственной деятельности, наиболее полно удовлетворяли требованиям определенных категорий покупателей. Набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют ассортиментом.

Номенклатура, или товарный ассортимент, — это вся совокупность изделий, выпускаемых предприятием. Она включает различные виды товаров. Вид товара (автомобиль, трактор, металлообрабатывающий станок) делится на ассортиментные группы (типы) в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой. Каждая группа состоит из ассортиментных позиций (разновидностей или марок), которые образуют низшую ступень классификации. Например, предприятие производит холодильники и стиральные машины. Холодильники представлены одно-, двух- и трех камерными моделями и морозильными камерами. Последние имеют несколько марок, отличаются объемом и некоторыми техническими  
данными.

Товарный ассортимент характеризуется широтой (количеством ассортиментных групп), глубиной (количеством позиций в каждой ассортиментной группе) и сопоставимостью (соотношением между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности потребителей, конечного использования, каналов распределения и цен).

Формирование ассортимента — проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между «старыми» и «новыми» товарами, товарами единичного и серийного производства, «наукоемкими» и «обычными» товарами, овеществленными товарами и или лицензиями и «ноу-хау». При формировании ассортимента возникают проблемы цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в создании принципиально новых видов продуктов или вынужден следовать за другими изготовителями.

### Структура ассортимента

Достижение соответствия между структурно-ассортиментным предложением товаров предприятием и спросом на них связано с определением и прогнозированием структуры ассортимента. Прогноз структуры ассортимента на долгосрочный период, в котором были бы учтены такие важные для потребителя признаки товара, как эстетические характеристики, точные размеры, конкретная цена, маловероятен. Дело не в детализации ассортимента по потребительским свойствам (например, по цветовой гамме, размерам изделий, соотношению цен), а, к примеру, в оптимальном разнообразии ассортимента по определенным признакам (типы телевизоров, наборы предметов кухонного обихода, целесообразные градации цен и т.д.) с расчетом на конкретные группы (сегменты) потребителей. Прогнозируется лишь тенденция развития ассортимента (а более точно — ассортиментная структура спроса и товарного предложения). Так, можно определить, какое разнообразие телевизоров будет отвечать требованиям различных групп потребителей, но нереально дать прогноз потребности в конкретных моделях с набором конкретных свойств) на перспективу. Указанные прогнозы, учитывая влияние фактора взаимозаменяемости товаров, необходимо рассматривать во взаимосвязи.

### Прогноз и планирование

Прогноз тенденции развития ассортимента должен показывать такую траекторию развития процесса, которая позволит обеспечить достижение намечаемого соответствия товарного предложения предприятия меняющейся в перспективе ассортиментной структуре спроса на рынке.

Итак, суть проблемы формирования ассортимента состоит в планировании фактически всех видов деятельности, направленных на отбор продуктов для будущего производства и реализации на рынке и на приведение характеристик этих продуктов в соответствие с требованиями потребителей. Формирование на основе планирования ассортимента продукции — непрерывный процесс, продолжающийся в течение всего жизненного цикла продукта, начиная с момента зарождения замысла о его создании и кончая изъятием из товарной программы.

Система формирования ассортимента включает следующие основные моменты:

1. Определение текущих и перспективных потребностей покупателей, анализ способов использования данной продукции и особенностей покупательского поведения на соответствующих рынках.

2. Оценка существующих аналогов конкурентов по тем же направлениям.

3. Критическая оценка выпускаемых предприятием изделий в том же ассортименте, что и в п.п. 1 и 2, но уже с позиции покупателя.

4. Решение вопросов, какие продукты следует добавить в ассортимент, а какие исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности; следует ли диверсифицировать продукцию за счет других направлений производства предприятия, выходящих за рамки его сложившегося профиля.

5. Рассмотрение предложений о создании новых продуктов, усовершенствование существующих, а также о новых способах и областях применения товаров.

6. Разработка спецификаций новых или улучшенных продуктов в соответствии с требованиями покупателей.

7. Изучение возможностей производства новых или усовершенствованных продуктов, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности.

8. Проведение испытаний (тестирование) продуктов с учетом потенциальных потребителей в целях выяснения их приемлемости по основным показателям.

9. Разработка специальных рекомендаций для производственных  
подразделений предприятия относительно качества, фасона, цены,  
наименования, упаковки, сервиса и т.д. в соответствии с результатами  
проведенных испытаний, подтверждающих приемлемость  
характеристик изделия или предопределивших необходимость их изменения.

10. Оценка и пересмотр всего ассортимента.

Планирование и управление ассортиментом — неотъемлемая часть маркетинга. Даже хорошо продуманные планы сбыта и рекламы не смогут нейтрализовать последствия ошибок, допущенных ранее при планировании ассортимента.

### Управление ассортиментом

Управление ассортиментом предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности — научно-технической и проектной, комплексного исследования рынка, организации сбыта, сервиса, рекламы, стимулирования спроса. Трудность решения данной задачи состоит в сложности объединения всех этих элементов для достижения конечной цели оптимизации ассортимента с учетом поставленных стратегических рыночных целей предприятием. Если этого достигнуть не удается, то может получиться, что в ассортимент начнут включаться изделия, разработанные скорее для удобства производственных подразделений предприятия, нежели для потребителя.

С точки зрения концепции маркетинга — это прямо противоречит тому, что необходимо действительно делать. Задачи планирования и формирования ассортимента состоят, прежде всего, в том, чтобы подготовить «потребительскую» спецификацию на изделие, передать ее проектному (конструкторскому) отделу, а затем проследить, чтобы опытный образец был испытан, при необходимости модифицирован и доведен до уровня требований потребителей. Иначе говоря, в формировании ассортимента решающее слово должно принадлежать руководителям службы маркетинга предприятия, которые должны решать вопрос о том, когда более целесообразно вложить средства в модификацию изделия, а не нести дополнительные возрастающие расходы по рекламе и реализации устаревающего товара или снижать цену на него. Именно руководитель службы маркетинга предприятия должен решать, настало ли время ввести в ассортимент новые продукты взамен существующих или в дополнение к ним.

Формирование ассортимента, как свидетельствует практика, может осуществляться различными методами, в зависимости от масштабов сбыта, специфики производимой продукции, целей и задач, стоящих перед изготовителем. Вместе с тем их объединяет то, что управление ассортиментом обычно подчинено руководителю службы маркетинга,

В определенных случаях целесообразно создание постоянного органа под председательством генерального директора (его заместителя), в который в качестве постоянных членов включались бы руководители ведущих служб и отделов предприятия. Его главная задача — принятие принципиальных решений относительно ассортимента, включая: изъятие нерентабельных видов продукции, ее отдельных моделей, типоразмеров; определение необходимости исследований и разработок для создания новых и модификации существующих изделий; утверждение планов и программ разработки новых или совершенствования уже выпускаемых продуктов; выделение финансовых средств на утвержденные программы и планы

Насущный вопрос для предприятия-изготовителя — необходимо ли разрабатывать стандартный товар, годный для всех отобранных рынков, или приспосабливать его к специфическим требованиям и особенностям каждого отдельного сегмента, создавая для этого определенное число модификаций базового изделия. И в том, и в другом случаях есть свои плюсы и минусы.

Так, хотя создание стандартного товара, единого для всех рынков, весьма заманчиво, но это нередко практически неосуществимо. В то же время политика дифференциации не оправдывает себя экономически там, где условия рынка позволяют осуществлять частичную или полную стандартизацию (универсализацию) изделия.

К выгодам такого рода стандартизации товара следует отнести: снижение затрат на производство, распределение, сбыт и обслуживание; унификацию элементов комплекса маркетинга; ускорение окупаемости капиталовложений и др. Неполное использование (в сравнении с дифференциацией) потенциальных возможностей рынка, недостаточно гибкая реакция маркетинга на меняющиеся рыночные условия в этом случае сдерживают нововведения.

Дифференциация, или модификация, товара позволяет более полно ис­пользовать «поглощающие» возможности рынков с учетом специфики их требований в отдельных регионах страны и зарубежных странах, заполнять те товарные ниши, где нет конкуренции или она незначительна. Однако определение такого направления в ассортиментной стратегии — дорогостоящее дело, связанное с необходимостью модернизации и расширения производственных мощностей, диверсификации и перестройки сбытовой сети и, конечно, расширения комплекса маркетинга. В конечном счете, использование стандартизации, дифференциации или их сочетания зависит от конкретных условий деятельности изготовителя и определяется конечным результатом — уровнем экономической эффективности сбыта и его объемом, достигаемых с помощью этих методов.

### Изъятие неэффективных товаров

Еще один важный элемент ассортимента и в целом товарной политики — изъятие из программы неэффективных товаров. Изыматься могут товары, морально устаревшие и экономически, неэффективные, хотя и, возможно, пользующиеся некоторым спросом. Принятию решения об изъятии или оставлении товара в программе предприятия предшествует оценка качества показателей каждого товара на рынке. При этом необходимо учитывать объединенную информацию со всех рынков, где они реализуются, чтобы установить реальный объем продаж и уровень рентабельности (прибыльности) в динамике, которые обеспечивает изготовителю каждый из его товаров.

Главный вывод из сказанного относительно своевременного изъятия то­вара из программы (ассортимента) состоит в том, что изготовитель должен организовать систематический контроль за поведением товара на рынке, за его жизненным циклом. Только при таком условии будет получена полная и достоверная информация, позволяющая принимать верные решения. Для облегчения решения проблемы следует иметь методику оценки положения товара на различных рынках, где предприятие работает. Методика должна быть относительно простой.

Принятие окончательного решения об изъятии товара из программы или о продолжении его реализации можно упростить, если уже на стадии разработки изделия установить количественные требования к нему: уровень (норматив) окупаемости, объем продаж и/или прибыли (с учетом полных затрат ресурсов). Если товар перестает отвечать этим критериям, то тем самым предопределяется и характер решения по его изъятию.

Исчерпавший свои рыночные возможности товар, вовремя не изъятый из производственной программы, приносит большие убытки, требуя несоразмерно получаемым результатам затрат средств, усилий и времени. Поэтому, если производитель не будет иметь четкой системы критериев изъятия товаров из производственно-сбытовой программы, и не будет систематически проводить анализ изготовляемых и реализуемых товаров, то его ассортимент неизбежно окажется «перегруженным» неэффективными изделиями, со всеми вытекающими отсюда отрицательными последствиями для производителя.

1. **Правила приема товаров по количеству и качеству**.

В зависимости от сорта используемой муки, макаронные изделия подразделяются на сорта: экстра - из муки высшего сорта и первый - из муки первого сорта. Сорта Экстра и Высший можно изготовлять с добавлением в тесто обогатителей ( яиц и соевой муки) и выпускать под названием «Экстра яичные» и «Высший яичные».

Макаронные изделия должны быть правильной формы, установленной стандартом размера, однотонными по цвету, без трещин и крошки, с гладкой или слегка шероховатой поверхностью.

Вкус и запах изделий должен быть: без горечи, кисловатого привкуса, затхлости и других посторонних привкусов и запахов.

Влажность изделий не более13%. Доброкачественные трубчатые изделия в изломе стекловидные, а при варке увеличиваются в объеме в 2,5 раза.

Не допускаются в продажу макаронные изделия, имеющие следы , значительную шероховатость поверхности, неправильную форму, кислый и затхлый привкус и запах, повышенную влажность, кислотность.

Макаронные изделия выпускаются развесными и расфасованными в картонные коробки, в бумажные или целлофановые пакеты.

Хранят макаронные изделия при температуре не выше 30 градусов Цельсия, и относительной влажности воздуха не более 70%. Гарантийные сроки хранения для макаронных изделий без добавок-12 месяцев, с добавками-3 месяца, с молочными, творожными и яичными-5 месяцев.

Прием товара ведут материально ответственные лица, в соответствии с инструкциями П-6 и П-7 о порядке приема товаров народного потребления по количеству и качеству. Эти правила применяются во всех случаях, если иной порядок не оговорен стандартами, договорами или иным обязательным нормативным документом.

При централизованной поставке товара без тары, в открытой или поврежденной таре приемка производится сразу же. Если товар в исправной таре, кроме проверки веса брутто, количества, торных мест, наличие маркировки магазин вправе потребовать вскрытия тары и проверки веса нетто и количество единиц в каждом месте.

По массе нетто и количеству товарных единиц, в каждом месте товары принимаются одновременно с его вскрытием, но не позднее 24 часов. По скоропортящимся товарам 10 дней, по иным с момента поступления.

Прием товаров по количеству это сопоставление данных сопроводительных документов (счетов-фактур), спецификацией упаковочных ярлыков и другое. Если сопроводительные документы отсутствуют, товары принимаются по фактическому наличию на основе составленного акта, в котором указывают какие документы отсутствуют. Если в момент получения товар нельзя перевесить без тары, его принимают по весу брутто, а после продажи проверяю вес тары. Если обнаруживается расхождение между фактическим весом тары и трафаретными данными оформляется акт. Он должен быть составлен не позднее 10 дней после освобождения тары, а из под влажных товаров сразу же после освобождения тары. Если в ходе приема обнаружилась недостача, дальнейшая приемка приостанавливается, поступившая партия хранится отдельно от других товаров в магазине. При обеспечении полной сохранности оформляется акт за подписями лиц принимавших участие в приемке. Магазин обязан немедленно ( по скоропортящимся товарам) послать поставщику вызов-уведомление, по другим товарам не позднее 24 часов. В уведомлении указывается наименование продукции, номер счета фактуры, характер недостачи и количество, состояние пломб. Одногородний поставщик по скоропортящимся товарам должен явиться в течении 4 часов после вызова. По другим товарам не позднее чем в трехдневный срок, не считая времени на дорогу, если иное не предусмотрено договором поставки, представители поставщика должны иметь при себе удостоверение на право участия в приеме товара в данном магазине. При не явке представителя поставщика создается комиссия с участием представителя общественности. С согласия поставщика прием товара может быть проведен магазином в одностороннем порядке. На выявленную недостачу составляется акт. Если в ходе приемки выявились излишки, это также отражается в акте. Акт подписывают лица, участвовавшие в приеме товара. Не согласный с содержанием акта подписывает его с изложением своей точки зрения. К акту прилагают копии сопроводительных документов, упаковочные ярлыки, кипные карты, пломбы, подлинный транспортный документ, удостоверение представителя поставщика, первичный акт о приостановке приемки товара при обнаружении недостачи.

Товары в исправной таре принимаются по количеству и комплектности при иногородней -не позднее 10 дней, а по скоропортящимся товарам-не позднее 24 часов после их поступления. Скрытые дефекты, обнаруженные позже также записываются в акт. Акт об установлении происхождения должен быть составлен в течении 5 дней со дня обнаружения, но не позднее 4 месяцев с момента поступления товара в магазин, а по товарам с гарантийным сроком хранения- не позднее этого срока. В день окончания приемки составляется акт, к которому прилагаются все необходимые документы. Загрузка тары оборудования должна производится до полной вместимости, но не выше грузоподъемности и иметь схемы выкладки товаров этой тары. Приемка товаров производится не позднее 1 часа с момента выгрузки из автотранспорта. Если обнаружились несоответствия по количеству и качеству, в течении часа оповестить об этом поставщика. Если между получателем и поставщиком возникают разногласия по качеству, проверка качества проводится в присутствии эксперта с порядком и сроком предусмотренным договором.

**4. Размещение и выкладка товаров технологический процесс в магазине.**

Технологический процесс в магазине представляет собой совокупность взаимосвязанных и последовательных операций, обеспечивающих доведение товаров до конечных потребителей с полным качества при наименьших затратах труда и высоком уровне торгового обслуживания. Операцией называется часть технологического процесса, выполняемая работниками с помощью совокупности способов и приемов.

Технологические операции магазина включают разгрузку, транспортировку товаров, приемку их по количеству и качеству, хранение, подготовку к продаже, продажу.

Все технологические операции магазина условно можно подразделить на основные и вспомогательные.

К основным относятся операции, связанные с продажей товаров и обслуживанием покупателей, отбор, расчет за товары и т.д.

Вспомогательные операции включают приемку товаров по количеству и качеству, распаковку, доставку в кладовые, хранение, подготовку к продаже, доставку в торговый зал, размещение и выкладку товаров в торговом зале, организацию хранения и сдачу тары.

Hа технологический процесс магазина влияет ряд факторов. Важнейшими из них являются уровень развития торговли, объем и структура товаров народного потребления, степень их подготовленности к продаже, методы продажи, состояние товарных запасов, система товароснабжения, тип, размер торгового предприятия, степень его хозяйственной самостоятельности. Под влиянием этих факторов формируются структура и последовательность технологических операций магазина.

В торговой практике сложилось три основные схемы технологических

процессов.

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.

Hаиболее сложной и менее экономичной является третья схема, при которой товары, поступившие в магазин, требуют предварительной подготовки к продаже (фасовки, обработкии т.д.).

При любой из схем весь технологический процесс можно разделить на этапы.

Первый этап - операции с товарами до предложения их покупателям в торговом зале: приемка и подготовка их к продаже, создание требуемого режима хранения.

Второй этап - операции, связанные с непосредственным обслуживанием покупателей. Это наиболее ответственный участок технологического процесса. Здесь на высоком уровне должна быть осуществлена демонстрация товаров в действии, помощь в выборе, квалифицированная консультация и т.д. Особенность этого этапа заключается в том, что при выполнении операций работники магазинов не только должны иметь профессиональные навыки обращения с людьми, но и хорошо изучить психологию покупателя.

Третий этап - операции по оказанию дополнительных услуг: прием предварительных заказов, доставка определенного количества и качества товарав магазине и т.д.

Все операции технологического процесса взаимосвязаны, должны выполняться в четкой последовательности.

Важнейшими 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 потребительной стоимости;

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

Метод продажи является главным фактором, определяющим содержание и последовательность операций технологического процесса. Это должно быть учтено при проектировании технологических схем планировки магазина, размещении функциональных помещений.

Внедрение прогрессивных методов доставки и продажи товаров обуславливает особое требование к устройству входов и выходов магазинов, разгрузочных площадок, дебаркадеров, прочности покрытия пола.

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.

**5. Правила хранения и упаковки товаров.**

При хранении товаров в магазине необходимо соблюдать правила товарного соседства, санитарные правила, нормы складирования. Режим хранения товаров ( температура и влажность, освещение, сроки хранения должны соответствовать свойствам товаров, предусмотренным стандартами и техническими условиями. Запасы макаронных изделий нужно хранить в сухих, чистых, прохладных и хорошо вентилируемых помещениях отдельно от товаров, имеющих резкие запахи (рыба, мыло и тд).

Макаронные изделия хранят в деревянных ящиках, крафт-мешках, картонных ящиках на подтоварниках. Также на расстоянии не менее 20 см от пола. Класть ящики и мешки с товаром непосредственно на пол воспрещается. Между штабелями товаров, штабелями и стенами надо оставлять проход не менее 70-75 см, температура воздуха в помещении должна быть не выше +30 С, относительная влажность не более 70%. Гарантийный срок хранения макаронных изделий без добавок 1 год.

Упаковывать и отпускать товары следует на виду у покупателя. Тщательная упаковка товаров-одно из важнейших требований торгового обслуживания.

Продавец-контролер должен отлично владеть техникой складывания и упаковки товара. Перед вручением покупки нужно проверить целостность фабричной упаковки, комплектность товара. Упакованный товар вежливо вручают покупателю и приглашают его еще раз посетить магазин. Профессиональное поведение торгового работника, продавца и кассира в первую очередь предусматривает приветливость, подчеркнутую вежливость, тактичность, радушие и предупредительность по отношению к покупателям.

**7. Правила работы и обязанности торговых работников.**

1. Настоящие правила разработаны в соответствии с законом РФ «О отношении между покупателями и продавцами при продаже отдельных продовольственных и непродовольственных товаров.

2. Под покупателем понимается гражданин, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товар, исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли. Под продавцом понимается организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, осуществляющий продажу товаров по договору розничной купли-продажи (далее именуется договор).

3. Режим работы продавца государственной или муниципальной организации устанавливается по решению соответствующих органов исполнительной власти или органов местного самоуправления. Режим работы продавца организации иной организационно-правовой формы, а также индивидуального предпринимателя устанавливается ими самостоятельно. В случае временного приостановления своей деятельности ( для проведения плановых санитарных дней, ремонта и других случаях) продавец обязан своевременно предоставить покупателю информацию о дате и сроках приостановления деятельности.

4. Ассортимент предлагаемых к продаже товаров, перечень оказываемых услуг, а также формы обслуживания определяются продавцом самостоятельно в соответствии с профилем и специализацией своей деятельности.

5. Продавец обязан соблюдать обязательные с учетом профиля и специализации своей деятельности требования, установленные в государственных стандартах, санитарных, ветеринарных, противопожарных правилах и других нормативных документах ( далее именуются стандарты).

6. Продавец должен располагать необходимыми помещениями, оборудованием и инвентарем, обеспечивающими в соответствии с требованиями стандартов сохранения качества и безопасности товаров при их хранении и реализации в месте продажи, а также возможность правильного выбора покупателями товаров.

7. Продавец обязан иметь и содержать в исправном состоянии средства измерения, своевременно и в установленном порядке проводить их метрологическую проверку.

8. Для проверки покупателем правильности цены, меры и веса, приобретаемого товара в торговом зале на доступном месте должны быть установлены соответствующее измерительное оборудование.

9. Продавец обязан иметь книгу отзывов и предложений, которая предоставляется покупателю по его требованию.

10. Настоящие правила а наглядной и доступной форме доводятся продавцом до сведения покупателей.

11. Продавец обязан довести до сведения покупателя фирменное наименование своей организации, место ее нахождения ( юридический адрес) и режим работы, размещая указанную информацию на вывеске организации. Если деятельность, осуществляемая продавцом подлежит лицензированию, то он обязан предоставить информацию о номере лицензии, а также об органе выдавшем ее. Указанная информация размещается в удобном для ознакомления для покупателя месте. Продавец обязан своевременно в наглядной доступной форме довести до сведения покупателя необходимую и достоверную информацию о товарах и их изготовителях, обеспечивающую возможность правильного выбора товаров.

12. Потребителю также должна быть предоставлена наглядная и удостоверенная информация об оказываемых услугах, ценах на них и условиях оказания услуг, а также о применяемых формах обслуживания при продаже товаров ( по предварительным заказам, продажи товаров на дому и другие формы). Покупатели вправе осмотреть предлагаемый товар, потребовать проведения в его присутствии проверки свойств или демонстрацию его действия, если это не исключено ввиду характера товара и не противоречит правилам принятым в розничной торговле. Продавец обязан проводить проверку качества и безопасности ( осмотр, испытание, анализ, экспертиза), предлагаемого для продажи товара.

13. Продавец обязан обеспечивать наличие единообразно и четко оформленных ценников на реализуемые товары с указанием наименования товара, его сорта, цены за вес или единицу товара, подписи материально ответственного лица или печать организации, даты оформления ценника.

14. Расчеты с покупателями за товары осуществляются с применением контрольно-кассовых машин, за исключением предусмотренных законодательством РФ.

15. Предлагаемые продавцом услуги в связи с продажей товаров могут оказываться только с согласия покупателя. Покупатель в праве отказаться от услуг, предлагаемых при продаже товаров, а также потребовать от продавца возврат сумм, уплаченных за услуги, предоставленные без его согласия. В случае доставки товара силами покупателя, продавец обязан бесплатно обеспечить погрузку товара на транспортное средство покупателя.

# Правила проведения инвентаризации

***Инвентаризация*** является одним из методов бухгалтерского учета и заключается в установлении на определенную дату фактических средств в натуральном и денежном выражении и источников их образования путем непосредственного пересчета (снятия остатков) инвентаризуемого объекта в натуре и сличения фактических остатков с данными бухгалтерского учета.

# *Задачи и значение инвентаризации.*

Основными задачами инвентаризации являются:

* проверка реальной стоимости учтенных на балансе товарно-материальных ценностей, сумм денежных средств в кассе, на рас­четном, валютном и других счетах, денежных средств в пути, незавершенного производства, расходов будущих периодов, резервов предстоящих расходов и платежей, дебитор­ской и кредиторской задолженности и других статей баланса.
* контроль за сохранностью этих средств путем сопоставления фактического наличия с данными бухгалтерского учета;
* выявление товарно-материальных ценностей, частично поте­рявших свое первоначальное качество, не отвечающих стандар­там качества, техническим условиям и т. п.;
* выявление сверхнормативных и неиспользуемых материаль­ных ценностей с целью последующей реализации;
* проверка соблюдения правил и условий хранения материаль­ных ценностей и денежных средств, а также правил содержания и эксплуатации машин, оборудования и других основных средств;

Таким образом, с помощью инвентаризации:

* проверяются полнота и достоверность данных бухгалтерского учета,
* выявляются ошибки, допущенные в учете,
* принимаются на учет неучтенные хозяйственные объекты,
* контролируется сохранность хозяйственных средств,
* выявляются и предупреждаются неучтенные ценности и допущенные потери, хищения, недостачи,
* контролируется работа материально-ответственных лиц

Кроме того, инвентаризация занимает важное место в процессе осуществления экономического анализа. Значение инвентаризации заключается ещё и в том, что её осуществляют сами работники предприятия, поэтому она выступает одним из методов контроля работников за деятельностью предприятия

# *Виды инвентаризаций.*

Классификацияпо полноте охвата:

* Полнаяинвентаризация охватывает *все имущество* и финансовые обязательства предприятия, она является весьма трудоемкой работой и поэтому проводится, как правило, один раз в год, обычно перед составлением годового отчета.
* Частичнаяинвентаризация охватывает *какой-либо один вид средств предприятия,* например, только денежные средства в кассе.
* Выборочные инвентаризации являются разновидностью частичных и проводятся, как правило, по товарам, уценённым и переведённым в пониженные сорта, оказавшимся без ярлыков, морально устаревшим и испорченным, а также в случаях, когда полная инвентаризация по товарам не целесообразна.
* Сплошныеинвентаризации проводят одновременно на всех предприятиях, расположенных в одном населённом пункте или в потребительском обществе.

Классификацияпо роли в хозяйственном процессе:

* Плановые инвентаризации проводят периодически согласно плану (графику) в заранее намеченные сроки.
* Внеплановые инвентаризации проводятся внезапно по распоряжению руководителей предприятий или вышестоящих организаций, следственных и других контролирующих органов в случаях особой необходимости.
* Повторнаяинвентаризацияпроводится в случае, когда возникли сомнения в качестве инвентаризации или в том, что материально ответственное лицо знало заранее срок начала инвентаризации и подготовилось к ней.
* Необходимаяинвентаризация проводится в ряде случаев, предусмотренными нормативно-правовыми актами (см. ниже).
* **Контрольно-перепроверочная** инвентаризацияпроводится в период инвентаризации или сразу же после ее окончания. Она охватывает не менее 10% проверенных ценностей.

# *Сроки проведения инвентаризаций.*

Количество инвентаризаций в отчётном году, порядок и сроки их проведения, перечень имущества и обязательств, проверяемых при каждой из них, устанавливаются самим предприятием. Периодичность инвентаризаций предусмотрена Положением о бухгалтер­ском учете и отчетности Российской Федерации, например:

* денежных средств, денежных документов, ценностей и блан­ков строгой отчетности, нефти и нефтепродуктов - не реже одного раза в месяц;
* расчетов по платежам в бюджет - не менее одного раза в квартал;
* расчетов с дебиторами и кредиторами - не менее двух раз в год;
* готовой продукции на складах, сырья и прочих материальных ценностей, незавершенного производства и полуфабрикатов собственной выработки - не менее одного раза в год перед составлением годового отчета и баланса, но не ранее 1 октября отчетного года;
* основных средств - не менее одного раза в два-три года.

## Инвентаризационные комиссии.

Организацию, проведение и контроль за проведением инвентаризации осуществляют две **комиссии**: постоянно действующая и рабочая. Кроме того, в межинвентаризационный период проверки и выбо­рочные инвентаризации осуществляются работниками **ин­вентаризационных групп,** состоящих в штате предприятия. Персональный состав инвентаризационных комиссий и групп утверждается приказом руководителя предприятия.

В состав ***постоянно действующей*** комиссии входят:

* руководитель предприятия или его заместитель (председатель комиссии);
* главные бухгалтера;
* начальники структурных подразделений (служб);
* представители общественности.

Постоянно действующие комиссии выполняют следующие функции:

* заслушивают на своих заседаниях руководителей структурных подразделений по вопросам сохранности товарно-материальных ценностей;
* организуют проведение инвентаризаций и осуществляют инструктаж членов рабочих инвентаризационных комиссий;
* производят контрольно-проверочные и выборочные инвентаризации;
* рассматривают объяснения, полученные от лиц, допустивших недостачу, порчу ценностей или другие нарушения, и дают предложения о порядке регулирования выявленных недостач и потерь от порчи ценностей.

Для непосредственного проведения инвентаризаций (при большом объеме работ для одновременного проведения ин­вентаризации имущества и финансовых обязательств) постоянные комиссии создают ***рабочие инвентаризационные комиссии***, в состав которых входят:

* представитель руководителя предприятия (председатель комиссии);
* специалисты (товаровед, технолог, экономист, юрист, работник бухгалтерской службы).

Отсутствие хотя бы одного члена комиссии при проведении ин­вентаризации служит основанием для признания результатов инвен­таризации недействительными.

Члены инвентаризационных комиссий за внесение в описи за­ведомо неправильных данных с целью сокрытия недостач, растрат или излишков подлежат привлечению к ответствен­ности в установленном законом порядке.

## Подготовительные мероприятия.

Основанием проведения инвентаризации является приказ (распоряжение), который вручается членам инвентаризационных комиссий. В приказе указывается состав инвентаризационной комиссии, конкретные объекты инвентаризации, сроки начала завершения работ, сдачи материалов инвентаризации в бухгалтерию.

Прежде чем приступить к проверке фактического наличия то­варно-материальных ценностей, инвентаризационная группа обязана:

* получить от материально ответственных лиц расписку в том, что у них нет неоприходованных и не списанных в расход ценностей, а также последние товарно-денежные отчёты и расписку о их сдаче, тщательно проверить их и проставить даты и подписи председателя;
* получить от кассира и проверить последний кассовый отчёт с выведенными в нём остатками денег в кассе;
* снять остаток наличия денежных средств в кассе, записать его в инвентаризационную опись;
* опломбировать места хранения ценностей, имеющие отдельные входы и выходы;
* проверить исправность всех весоизмерительных при­боров;
* материальные ценности рассортировать и уложить по наименованиям, артикулам, ценам сортам, размерам в определённом порядке, удобном для пересчёта, перемеривания и перевешивания;
* в местах хранения вывесить яр­лыки с указанием количества, массы или меры проверяемых ценнос­тей.

## Проверка фактических остатков

Проверка фактических остатков производится при обязатель­ном участии материально ответственных лиц. Наличие ценностей при инвентаризации определяется путем обязательного пересчета, взвешивания, обмера непосредственно в местах хранения (закрепления) имущества.

Количество материалов и товаров, хранящихся *в неповрежденной упаков­ке* поставщика, определяется на ос­новании документов при обязательной проверке в натуре их части. Определение веса (или объема) *навалочных материалов* допускается производить на основании обмеров и техни­ческих расчетов. При инвентаризации большого количества *весовых товаров* ведо­мости отвесов ведут раздельно один из членов инвентаризационной комиссии и материально ответственное лицо. По окончании перевески данные этих ведомостей сличают и вы­веренный итог вносят в опись.

Комиссия также должна проверить весоизмерительное оборудование. Инвентаризация расчётов проводится путём сопоставления выписок из лицевых счетов с бухгалтерскими записями по счетам. Кроме того, комиссия высылает дебиторам или кредиторам выписки из счетов и просит подтвердить в кратчайшие сроки.

По окончании инвентаризации могут проводиться **контрольные проверки правильности ее проведения**. Их следует проводить с учас­тием членов инвентаризационных комиссий и материально ответст­венных лиц обязательно до открытия склада, кладовой, секции и т. п., где проводилась инвентаризация. Результаты контрольных проверок оформляются актом, где отмечаются фактические суммы инвентаризации и контрольной проверки и фиксируются расхождения.

## Инвентаризационные описи.

Наименования инвентаризуемых объектов, их количество и цена показываются в инвентаризационных описях или актах (не менее чем в двух экземплярах, подписанных всеми членами комиссии и материально ответственными лицами) по номенклатуре и в едини­цах измерения, принятых в учете. Материально ответственные лица подтверждают на каждой описи, что у них нет претензий к комиссии и что проверенные ценности приняты ими на хранение

В случае обнаружения порчи, боя и лома товарно-материальных ценностей инвентаризационная комиссия составляет акт, в котором указывают характер, степень, причины порчи и лиц, в ней ви­новных, и вместе с письменным объяснением материально ответственных лиц передают на рассмотрение.

Оформленные инвентаризационные описи сдают в бухгалтерию, где их проверяют и сравнивают фактическое наличие средств с данными бухгалтерского учета. Результаты сравнения записывают в **сличительную ведомость.** В ней указывают фактическое наличие средств по данным инвентаризации, наличие средств по данным учета и результаты сравнения – излишек или недостача.

## Заключительные мероприятия.

По завершении инвентаризации в книге контроля за выполнением приказов о проведении инвентаризации делаются **итоговые записи**: дата окончания инвентаризации по приказу и фактически, суммы недостач и излишков окончательные, дата утверждения результатов руководством, дата принятия мер по недостачам – их погашение либо передачи дела в следственные органы, отметка о погашении недостач, оприходовании излишков.

После подведения итогов инвентаризации составляется **сводная ведомость ее результатов**, в которой указываются: наименования и номера счетов, по которым выявлены недостачи и излишки, их суммы, суммы установленных норм имущества, после чего определяются направления списания недостач и потерь.

Инвентаризационная комиссия обязана выявить причины недостач или излишков, обнаруженных при инвентаризации. Выводы, предложения и решения комиссии оформляют **протоколом**, утвержденным руководителем предприятия, после чего результаты инвентаризации отражают в учете (в течение 10 дней после окончания инвентаризации) и отчетности того месяца, в котором она была завершена, а результаты годовой инвентаризации – в годовом бухгалтерском отчете.

По всем недостачам, потерям и излишкам материальных ценностей и денежных средств инвентаризационной комиссией должны быть получены от материально ответственных лиц письменные объяснения. На основании предоставленных объяснений и материалов инвентаризации комиссия устанавливает характер и причины выявленных недостач и излишков и в соответствии с этим определяет порядок регулирования разниц между данными инвентаризации и бухгалтерского учета.

Для оформления инвентаризации необходимо применять формы первичной учетной документации, представленные в приложениях № 6-19 к Методическим указаниям по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, либо формы, разработанные министерст­вами, ведомствами.

**9.Документы в торговых операциях.**

Документы, используемые в разнообразных финансово-хозяйственных операциях. Начиная от приема товара из производства, расчетов и оплаты за него, и вплоть до поступления выручки от реализации.

Если в соответствии с изменениями в законодательстве исполнять требования к оформлению документов, можно и очень выгодно и полезно для репутации предприятия избежать разногласий с налоговыми органами при проведении документальных проверок.

Все торговые операции, осуществляемые предприятиями. Должны в обязательном порядке быть оформлены документально. Особенно внимание необходимо уделить юридическим документам. Так как без этого эти операции будут недействительны. Юридическими считаются документы, которые оформляются в соответствии с требованиями законодательных органов, с целью подтверждения прав и обязанностей или правовых фактов, которые влекут возникновение прав и обязанностей, имеющих юридическую силу и которые не требуют дальнейших пояснений и детализации.

Существующим законодательством предусмотрены специальные правовые нормы для оформления торговых документов, то есть, если их не придерживаться, документ не будет иметь юридическую силу. К ним можно отнести: содержание, форма. Порядок оформления и исполнения, также регламентируемые законодательством. Их целью составления заключается в подтверждении обязательств, имеющих правовое значение, а также доказательство совершения каких-либо юридических действий.

В зависимости от принадлежности документа к определенной области к их оформлению предъявляются различные требования, но все они должны иметь наименование. В наименовании фиксируется операция, закрепленная данным документом. К примеру можно привести - при оформлении юридических документов необходимо указать его наименование, полные названия адресатов сторон, их составляющих, время действия документа. Если не соблюдать эти нормы, то документ теряет адресность, также и ориентацию во времени. Например: “Расходный кассовый ордер” - под ним понимается расход наличных средств кассой предприятия. Но если в документе отсутствует наименование или оно нечетко, неясно и плохо читаемо, то такой документ не имеет юридической силы. Его попросту не сочтут за документ, олицетворяющий какое-либо действие, совершаемое изучаемым объектом.

Обычно документ имеет типовую форму и изготавливается в виде бланков, что упрощает их заполнение, как бы упрощая и облегчая труд работника. Если учет ведется на компьютере, то там просто нужно изменить данные, так как формуляр имеется в памяти компьютера. Но лишь когда используются специальные программы, которые предназначены для работы с торговыми документами т. е. наиболее используемых в торговых операциях. К ним можно отнести следующие программы: “1С-бухгалтерия”, “1С-торговля” и другие аналогичные программы.

Особенно учет на компьютере удобен при совершении ошибок в документах, которые легко исправляются без применения к документу каких-либо внешних изъянов. Но если заполнение документов ведется без компьютера, то исправление ошибок ведется следующим образом. Там исправление производится с использованием различных зачеркиваний и оговорок, нельзя удалять части текста. Ошибочная часть зачеркивается одной чертой, чтобы можно было прочесть ошибочно написанное и затем вписывается правильная запись обязательно с датой исправления и подписью должностного лица, произведшего исправление.

Обязательно, но в зависимости от исправления существует три вида оговорок:

1. “Исправленному (слово, цифра) верить”;
2. “Вписанному - верить”;
3. “Зачеркнутое не читать”.

А вот в кассовых и банковских документах никакие исправления, подчистки, помарки не приемлемы.

Текст должен быть достоверный, информативный, последовательно и грамотно изложен. В документе указываются измерители осуществляемой хозяйственной операции т. е. вес, габариты, денежные единицы и другие.

Основным реквизитом является подпись. Она-то и индивидуализирует документ, удостоверяет лицо, от которого он исходит. Право подписи документов на предприятиях принадлежит соответствующим должностным лицам. Исполнителем документа никак не может быть лицо его подписывающее. Особенно это касается кассовых документов.

***Виды документов в торговых операциях.***

В процессе своей финансово-хозяйственной деятельности торговые предприятия вступают со своими партнерами во взаимоотношения. Сперва следует заключение договоров, а потом производятся расчеты. Я бы хотел остановиться на таких видах торговых документов как наиболее используемых. Это - договора и кассовые документы. Поскольку я лишь перечислю их, этого будет недостаточно для понимания сути этого раздела.

В торговой деятельности предприятия чаще всего употребляют договора купли-продажи. По договору купли-продажи продавец обязуется передать имущество (вещь, товар) в собственность, т. е. полное хозяйственное ведение или оперативное управление покупателя, а покупатель обязуется принять имущество и доплатить за него определенную цену.

Составление договора является сложной и ответственной частью заключения сделки.

Договор выполняет следующие функции:

- юридически закрепляет отношения между партнерами, придавая им характер, обязательность выполнения которых защищено законом;

- определяет порядок и способы выполнения обязательств;

- предусматривает способы защиты обеспечения обязательств.

Долгосрочные контракты позволяют предприятию планировать деятельность, определять перспективы развития. Все аспекты хозяйственных отношений, не отмеченные в договоре, регламентированы действующим законодательством т. е. есть определенные требования к действию договоров. При необходимости об этом можно узнать из “Гражданского Кодекса” I части.

Поскольку законодательство Российской Федерации все еще не совершенно и возможны дальнейшие изменения в нем, то подробное и точное составление договора снижает риск неправильного его толкования.

Объект сделки оговаривается, при необходимости записывается и закрепляется к договору как неотъемлемая его часть в виде приложений. Когда определяют количество, то в договоре строго оговаривают и указывают единицу измерения количества и каким образом он устанавливается. Количество определяется единицами веса, объема, длины, в штуках и т. д. Также возможно использовать оговорку при необходимости. В тех случаях, когда товар изменяется в течение транспортировки и хранения. Например, произойдет усушка. В случаях, когда используются нестандартные единицы измерения (мешок, пачка, бутыль), необходимо уточнить вес мешка, пачки, объем бутыли и т. д.

Обязательно оговариваются количественные характеристики товара. Определение качества происходит с помощью стандартов, образцов, технических описей, каталогов и проспектам продавца, являющимися неотъемлемой частью договора. Например, при продаже продовольственных товаров, их качество подтверждается в соответствии со стандартами, сертификатом, выдаваемым компетентной государственной организацией, ветеринарной службой и т. д. Также сравнение может производиться с помощью специальных эталонов качества.

Рассматривается и срок, дата поставки, то есть срок, в течение которого товар должен быть поставлен продавцом покупателю.

Сроки могут быть следующими:

- с определением фиксированной даты поставки;

- с определением периода (месяц, год и т. д.);

- с применением специальных терминов, таких как “немедленная поставка”, “со склада” и т. д.

В случаях, когда поставка осуществляется частями, составляются календарные планы, где указываются сроки поставки каждой партии. Сроки связаны не только с временным периодом, но и с какими-либо действиями покупателя, например, предоплатой, авансом и т. д., но это не должно быть отражено в договоре.

Одно из существенных условий договора - это цена. Если она отсутствует, то такой договор могут признать недействительным. Договорная цена может быть твердой, скользящей. Согласование цены может проводиться устно, так и в телеграммах, письмах. После согласования договорная цена указывается в договоре, возможно в спецификации, при этом иногда считают нужным зафиксировать цену документально. Возможно оформление согласования цены протоколом, который признается неотъемлемой частью договора. Твердая цена устанавливается и не изменяется ни при каких условиях. Особенно от нее пострадали те, кто завозил товар из-за границы в период август-сентябрь 1998 г., т. е. в момент обесценивания рубля.

Наиболее удобна скользящая цена как и безопасна. Но обычно в контрактах, исполнение которых произойдет в течение значительного периода времени, делается “валютная оговорка”. Цена с последующей фиксацией в договоре не указывается.

Ну вот, договор заключен т. е. оформлен и юридически заверен. Но, заключая договор, не всегда можно быть уверенным, что обе стороны одинаково добросовестно отнесутся к выполнению обязательств, зафиксированных в договоре. Во избежание возможных убытков желательно защитить свои интересы, указав в договоре способы обеспечения обязательств. В их качестве могут выступать неустойка, залог, поручительство, задаток, но для них используются специальные оговорки. При этом, в случае неустойки указывается конкретная цифра, при неисполнении обязательств виновная сторона должна заплатить именно эту сумму, независимо от реальных размеров убытка другой стороны как и при их отсутствии. Уплата неустойки не освобождает виновную сторону от исполнения обязательств точно по договору, если только в контракте не предусмотрено иное.

Если договор обеспечен залогом. То сейчас в России действует Закон “О залоге”. Те отношения, которые им не охвачены, регламентируются Основами гражданского законодательства.

Основной формой ответственности за неисполнение обязательств является возмещение убытков, то есть штрафные санкции.

Если в договоре установлена “скользящая” или “плавающая” цена, то для покупателя выгоднее определить размер штрафа за просрочку поставки или за недопоставку товара; при этом, чем больше цена, тем выше сумма штрафа.

Также можно оговорить в договоре штрафы за необоснованный отказ от своевременной приемки товара, если он не соответствует нормам качества и количества.

Кроме всего перечисленного выше еще в договорах есть такие пункты, как транспортные условия сделки, упаковка и маркировка, страхование.

Если договор предполагает перевозку груза на дальние расстояния, то в нем обычно предусматривается страхование груза.

Договор вступает в силу с момента его заключения т. е. с даты, оговоренной сторонами и отмеченной.

Если возникают споры, то они решаются при помощи судебных органов. Условия договора в период его действия могут быть изменены, с согласия обеих сторон.

Так же в договоре фиксируются юридические адреса сторон, банковские и другие реквизиты, которые необходимы.

В торговых предприятиях большая часть расчетов происходит через кассы. Наряду с расчетами с юридическими лицами, это тоже расчеты с населением, которые производятся всеми предприятиями с использованием контрольно-кассовых машин в соответствии с Законом Российской Федерации “О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением” от 18.05.1993 г.

При этом торговые предприятия должны:

1. регистрировать контрольно-кассовые машины;
2. использовать только исправные ККМ для осуществления денежных расчетов с населением;
3. Выдавать покупателю вместе с покупкой чек, подтверждающий исполнение обязательств по договору купли-продажи между покупателем и соответствующим предприятием;
4. Обеспечивать работниками налоговых органов и центров технического обслуживания ККМ и центров технического обслуживания ККМ беспрепятственному доступу к ККМ;
5. Создавать благоприятные условия для покупателей.

В тех случаях когда предприятие нарушает необходимые требования, регламентируемые законом, они подвергаются наказанию со стороны налоговых органов в виде штрафа. В зависимости от степени вины различают разные ставки.

Также существуют требования к лицам, непосредственно работающим с кассовыми документами, то есть кассира. После издания приказа о назначении на работу, руководитель обязан под расписку ознакомить его с порядком ведения кассовых операций в Российской Федерации, потом заключается основной документ - это договор о полной материальной ответственности.

Заключив договор, кассир по действующему законодательству несет полную материальную ответственность за сохранность всех принятых им ценностей, и за ущерб в случаях умышленного действия, так и в результате небрежного отношения к своим обязанностям.

В случаях, когда кассир заболел, увольняется и т. д., находящиеся у него под отчетом ценности немедленно пересматриваются другим кассиром, которому они передаются в присутствии руководителя и главного бухгалтера, или комиссией, назначаемой руководителем. И составляется акт за подписями всех указанных лиц.

В торговых предприятиях, их кассовые операции осуществляются двух видов: операционная и главная.

Операционные кассы обслуживаются кассирами-операционистами, которые получают наличные денежные средства за проданные ценности. Оформляются они непосредственно с использованием кассовых аппаратов. С ними также заключается договор о полной материальной ответственности.

Показания суммирующих денежных и контрольных счетчиков записываются в книгу кассира-операциониста. Данные не начало и конец для заверения представителем администрацией.

Наряду с наличными расчетами с покупателями возможны и безналичные. Например, с помощью расчетных чеков, чековых книжек, пластиковых карточек, т. е. кредитных.

Главная касса осуществляет прием денежной выручки их операционных касс, сдает ее в банк, а также получает средства, при необходимости заработную плату, на хозяйственные нужды и т. д. Кроме того, в кассе кроме денежных средств могут храниться также ценные бумаги.

В кассе денежные средства могут находится строго в определенном размере, который именуется лимитом денежной наличности. Он оговаривается банком.

Большое значение необходимо уделять оформлению кассовых документов. Существую определенные требования к денежным документам. Например, при выдаче денежных средств из кассы на прилагаемых к расходному ордеру документах: заявлениях, счетах и т. д., имеется разрешительная подпись руководителя предприятия, подпись его на расходно-кассовом ордере необязательна.

При выдаче денег по расходно-кассовым ордерам и другим документам, заменяющим его отдельным лицам, кассир требует предъявления документа, удостоверяющего личность получателя. В документе должны присутствовать фото и подпись получателя. Из документа кассир выписывает наименование и номер, кем и когда выдан и берет расписку получателя. Выдача производится только лицу, указанному в кассовом документе. Кассовые документы служат доказательством при хищении, недостаче, утере денежных сумм, и является очень важным в торговых операциях.

**Список использованной литературы:**

1. Унификация систем документации. Сб. трудов/ВНИИ; -М: ВНИИДАД; 1989 г.
2. Документы в торговых операциях. Г. Г. Иванов и др. Практическое пособие/Академия народного хозяйства. СП “Мост-Вест” -М; 1994 г.
3. Торговля и обмен в древности. М. Т. Кругликова; -М: Наука; 1979 г.
4. Классификация документа: решения и проблемы. //Книга: исследования и материалы: М. 1995г.
5. Документоведение. М. П. Гилещенко, Я. З. Лившиц; М: МГИАИ; 1979г.
6. СПС «Гарант»
7. Симонова А. П. «Ассортиментная политика фирмы»
8. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01). Утверждено приказом Минфина РФ от 09.06.01 г. № 44
9. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01). Утверждено приказом Минфина РФ от 30.03.01 г. № 26н
10. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2000). Утверждено приказом Минфина РФ от 16.10.2000 г. № 91н
11. Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств. Приложение к приказу Минфина РФ от 13.06.95 г. № 49