

НЕПРЕРЫВНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ТОРГОВЛЯ

Г. С. КОСАРЕВА

КОНТРОЛЕР-КАССИР ТОРГОВОГО ЗАЛА

Допущено
Экспертным советом
по профессиональному образованию
в качестве учебного пособия
для использования в учебном процессе
образовательных учреждений,
реализующих программы начального
профессионального образования
и профессиональной подготовки

4-е издание, стереотипное



Москва
Издательский центр «Академия»
2012

УДК 658(075.9)
ББК 65.422я721
К71

Серия «Непрерывное профессиональное образование»

Рецензенты:

генеральный директор ООО «Таис Актив» *Е.Ф.Рудинский*;
преподаватель специальных дисциплин
Колледжа сферы услуг № 29 г. Москвы *И.М.Вирина*

Косарева Г.С.

К71 Контролер-кассир торгового зала : учеб. пособие / Г.С.Косарева. —
4-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2012. —
64 с. — (Торговля).
ISBN 978-5-7695-8981-2

В учебном пособии предлагается применение компетентностного подхода к подготовке контролеров-кассиров торговых предприятий.

Даны основы комплексной подготовки контролеров-кассиров торгового зала. Рассмотрены организация работы предприятий торговли, приемки товаров по количеству и качеству, ассортимент, химический состав, требования к условиям хранения и качеству продовольственных товаров, ассортимент и требования к качеству некоторых групп непродовольственных товаров, а также порядок обслуживания контрольно-кассовых машин. Освещены обязанности и права контролера-кассира.

Учебное пособие может быть использовано при освоении ПМ.03 «Работа на контрольно-кассовой технике и расчеты с покупателями» для профессии 100701.01 «Продавец, контролер-кассир».

Для подготовки, переподготовки и повышения квалификации контролеров-кассиров торговых предприятий. Может быть использовано в образовательных учреждениях начального профессионального образования.

УДК 658(075.9)
ББК 65.422я721

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Косарева Г.С., 2008
© Косарева Г.С., 2010, с изменениями
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2010
© Оформление. Издательский центр «Академия», 2010

ISBN 978-5-7695-8981-2

К читателю

В ведении контролера-кассира торгового зала находится пополнение ассортимента товаров, проверка их количества и качества, проведение операций с деньгами, исправность и правильность эксплуатации контрольно-кассовой машины, оформление витрин и другое. Эта профессия требует от работника доброжелательности, наблюдательности, ответственности, а также квалифицированных знаний, умений и навыков.

Благодаря учебному пособию вы будете **знать**:

- порядок приемки товаров по количеству и качеству;
- условия хранения и размещения товаров на оборудовании;
- правила продажи и обмена товаров;
- правила расчетов с покупателями;
- права и обязанности продавца, контролера-кассира;
- права покупателя;
- виды торгового оборудования;
- ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров.

Благодаря учебному пособию вы будете **уметь**:

- подготавливать кассовые машины к работе;
- получать различные виды чеков;
- оформлять отмену покупок и возврат товаров;
- получать финансовые отчеты;
- готовить и сдавать выручку старшему кассиру.

Основу розничной торговой сети составляют магазины. Они располагаются в специальных зданиях, имеют торговый зал для продажи товаров и обслуживания покупателей, помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, служебные и другие помещения, применяют различные формы продажи товаров в широком ассортименте, оказывают дополнительные услуги покупателям, в них должна проявляться высокая культура обслуживания. Мелкорозничная торговая сеть относится к условно-стационарной. Она включает павильоны, ларьки, киоски, палатки, которые в отличие от магазинов сооружены из легких конструкций. Мелкорозничная торговая сеть обладает большой гибкостью, мобильностью, возможностью максимального приближения к потребителю. Через мелкорозничную торговую сеть реализуются продовольственные и непродовольственные товары повседневного и частого спроса. Недостатками ее являются узость ассортимента, отсутствие удобств для покупателей при выборе товаров, а также отсутствие надлежащих условий для хранения товаров.

Разновидностью мелкорозничной торговой сети являются торговые автоматы, которые используются для продажи штучных, фасованных и жидких товаров. Их устанавливают в местах массового скопления людей — в залах отдыха, учебных заведениях, на предприятиях, рынках.

В торговле осуществляется специализация, т. е. разделение труда, в результате которой деятельность магазинов ограничивается продажей отдельного вида или отдельной группы товаров для наиболее полного удовлетворения спроса населения и повышения культуры торговли. По степени специализации магазины подразделяют:

- узкоспециализированные — реализуют товары отдельной товарной группы (хлеб, молоко, сорочки);
- специализированные — реализуют товары одной товарной группы (мясо, рыбу, ткани, обувь);
- комбинированные — торгуют товарами нескольких товарных групп (овощи — фрукты, мясо — рыба, галантерея — парфюмерия);
- универсальные — торгуют многими товарными группами (продовольственными и непродовольственными). К ним относятся универсамы, универмаги.

Неспециализированные магазины реализуют различные группы продовольственных или непродовольственных товаров, не образующих специализированных секций.

Перспективами развития торговли считаются:

- в продовольственной торговле — повышение роли универсамов, расширение сети плодоовощных магазинов и небольших продовольственных магазинов товаров повседневного спроса;
- в непродовольственной торговле — возрастание роли универмагов, домов торговли и крупных специализированных магазинов.

1.2

Устройство и планировка магазина

Устройство магазина должно обеспечивать удобства для покупателей и продавцов, способствовать эффективному использованию его площади и возможности применения прогрессивных методов продажи товаров.

Помещения магазина подразделяют на торговые, помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, административно-бытовые, вспомогательные и технические.

К торговым помещениям относят торговые залы, помещения для оказания дополнительных услуг покупателям, кафетерии.

К помещениям для приемки и хранения товаров относят приемочные, кладовые для хранения товаров, охлаждаемые камеры, помещения для подготовки товаров к продаже, фасовочные и комплектовочные.

Во вспомогательных помещениях хранят тару, инвентарь и упаковочные материалы, размещают экспедиции по доставке товаров на дом.

Технические помещения включают машинные отделения, помещения для холодильных агрегатов, вентиляционные камеры.

Все помещения магазина должны быть расположены с учетом рациональной взаимосвязи между собой, обеспечиваемой применением различных форм планировки.

Планировка магазина — расположение отдельных помещений, торгового оборудования и их взаимосвязь. От правильности планировки магазина зависит создание максимальных удобств для покупателей и работников магазина. Устройство и размещение помещений должны обеспечивать сохранность товарно-материальных ценностей в магазине, способствовать экономической эффективности работы магазина.

Торговый зал занимает большую часть в общей площади магазина. В нем размещаются рабочий и выставочный запасы товаров, производится отбор товаров покупателями, расчет за приобретенные товары, оказываются дополнительные услуги. Одним из требований устройства и планировки торгового зала является обеспечение свободного движения покупательского потока,

создание условий для кратчайшего перемещения товаров из зон их хранения и подготовки в торговый зал.

Основными видами планировки торгового зала являются линейная, боксовая, выставочная, смешанная.

При линейной планировке расстановка оборудования и проходы для покупателей спланированы в виде параллельных линий, расположенных перпендикулярно линии узла расчета.

Выставочная планировка применяется в магазинах, торгующих по образцам, где товары демонстрируют на стендах, горках, стеллажах, в основном при продаже тканей, мебели, стиральных машин, электробытовых товаров.

Смешанная планировка сочетает несколько видов планировок.

1.3 Приемка товаров по количеству и качеству

Приемку товара ведут материально ответственные лица в соответствии с инструкцией П-6 «О порядке приемки товаров народного потребления по количеству и качеству». По массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте товары принимаются одновременно со вскрытием тары, но не позднее 24 ч по скоропортящимся товарам и 10 дней по иным с момента поступления.

Приемка по количеству — это сопоставление данных сопроводительных документов счетов-фактур, накладных с фактическим наличием товаров. При отсутствии сопроводительных документов товары принимаются по фактическому наличию на основе составленного акта, в котором указывают, какие документы отсутствуют.

Если при приемке товара обнаружится расхождение фактического наличия товара с данными в сопроводительных документах, то специально созданная комиссия составляет акт о несоответствии документов поставщика. Он должен быть составлен не позднее 10 дней с момента поступления товара. Магазин обязан немедленно сообщить поставщику об обнаруженных расхождениях и разрешить данный вопрос в установленном порядке. К акту прилагают копии сопроводительных документов, упаковочные ярлыки, кипные карты, пломбы, подлинный транспортный документ.

Приемка по качеству исходит из требований стандартов, технических условий, договоров, сертификатов соответствия и других документов, удостоверяющих качество товаров. При обнаружении несоответствия качества требованиям нормативных документов приемка приостанавливается и составляется соответствующий акт, который вместе с претензионным письмом направляется поставщику.

Приемка товаров по качеству производится не позднее 10 дней при одгородней поставке и не позднее 20 дней при иногородней поставке, а по скоропортящимся товарам — не позднее 24 ч с момента их поступления.

Способы проверки и методы оценки качества выбираются с учетом специфических особенностей товара. В день окончания приемки составляется акт, который подписывают члены комиссии.

1.4

Организация хранения и подготовки товаров к продаже

Правильная организация хранения товаров, сокращение товарных потерь являются важнейшей составляющей экономического благополучия торгового предприятия. Основными условиями, обеспечивающими надлежащее хранение, являются: определенная температура и относительная влажность воздуха, соответствующие освещение и вентиляция, соблюдение товарного соседства, закрепление постоянных мест за товаром, обеспечение материальной ответственности, выполнение санитарно-эпидемиологических требований, предупреждающих убыли и порчу товаров. Необходимо защищать товары от действия прямых солнечных лучей. Для поддержания соответствующего санитарного состояния в помещениях производят ежедневную уборку и дезинфекцию. Во время хранения, особенно длительного, товары периодически просматривают, переукладывают, при необходимости очищают от пыли, плесени, ржавчины.

При хранении товары укладывают на подтоварники, поддоны, стеллажи, в шкафы, подвешивают на плечики, кронштейны. Хранение товаров на полу недопустимо.

При хранении следует строго соблюдать товарное соседство, исключаящее передачу запахов, влаги, пыли от одного товара к другому. Нельзя хранить мыло без герметичной упаковки вместе с парфюмерией, химикаты — с металлическими изделиями, товары с резким запахом — с товарами, легко воспринимающими их.

Громоздкие и тяжелые товары размещают на нижних полках, более легкие — на верхних. Товары, реализуемые относительно медленно, помещают в глубине помещения. Товары помещают не ближе 1 м от отопительных приборов, 50 см — от электроламп и 30 см — от наружных стен.

При размещении товаров на хранение следует предусматривать возможность их быстрого нахождения, удобного отбора для подачи в торговый зал, учитывать длительность хранения. Для ускорения отбора товаров полки стеллажей или сами изделия снабжают паспортом с указанием названия товара, артикула, количества, даты поступления и даты выдачи со склада.

Товары хранят в упакованном или распакованном виде. На стеллажах хранят распакованные товары, а тяжеловесные и громоздкие — на поддонах и подтоварниках. Между стеллажами, штабелями должны быть проходы шириной 0,75 ... 1 м.

При транспортировании, хранении и продаже возникают товарные потери. Различают нормируемые и ненормируемые потери. Нормируемые потери делят на естественную убыль и актируемые. Естественная убыль возникает вследствие распыла, усушки, испарения, боя при хранении и обработке товаров. Установлены нормы естественной убыли, расчет которых производится по каждому товару отдельно. Естественная убыль списывается по фактическим размерам, но не выше установленных норм. В магазинах самообслуживания допускаются дополнительные списания потерь сверх норм естественной убыли. Потери, списываемые по акту, — бой елочных игрушек, стеклянных, фарфоровых изделий; потери вследствие стихийных бедствий, недостачи называются актируемыми. Нормы боя установлены в процентах от суммы реализации этих товаров. Ненормируемые потери также актируются и списываются за счет виновных лиц.

1.5

Размещение и выкладка товаров в торговом зале

Размещение товаров представляет собой систему расположения их на отдельных участках рабочего места по ассортиментным признакам (видам, группам, артикулам, размерам, фасонам, сортам). За каждым товаром следует закреплять постоянное место, покупатели привыкают к этому и легко ориентируются в торговом зале, а работникам магазина это помогает контролировать сохранность товаров, следить за полнотой ассортимента и своевременно пополнять их запасы.

Товары, размещаемые в торговом зале, в зависимости от назначения подразделяют на рабочий, выставочный и резервный запасы.

К рабочему запасу относят товары, предназначенные для отпуска покупателям. В магазинах самообслуживания рабочий запас выложен на оборудовании открыто, и покупатели имеют к нему свободный доступ.

Выставочный запас предназначен для информации покупателей об ассортименте товаров.

Резервный запас служит для пополнения рабочего запаса в течение дня.

В магазинах самообслуживания при размещении товаров необходимо соблюдать следующие правила:

- вблизи от входа размещают товары частого спроса;
- с правой стороны — товары, объем продажи которых хотят увеличить;
- с левой стороны в направлении к выходу — товары повышенного спроса;
- в середине торгового зала — товары достаточного ассортимента.

Выкладкой товаров называют способы показа и укладки отдельных видов товаров, посредством которых показывают свойства, цвет, форму всего ассортимента предлагаемых товаров. Выкладка может быть товарной и де-

коративной. Товарную выкладку применяют при самообслуживании. При декоративной выкладке товары располагают в наиболее выгодном положении для привлечения внимания покупателей. Ее применяют в рекламных целях.

При размещении товаров на оборудовании применяют вертикальный и горизонтальный способы выкладки. Вертикальный способ предусматривает размещение однородных товаров на горке по вертикали. При горизонтальном способе товары размещают вдоль оборудования на значительном протяжении, занимая одну или две полки. Остальные полки этого оборудования отводят для выкладки товаров других групп.

1.6 Организация и технология продажи товаров

Все торговые предприятия обязаны соблюдать установленный режим работы и товарный профиль, выполнять санитарно-эпидемиологические требования. Магазины должны быть оборудованы с соблюдением правил охраны труда, здоровья, защиты окружающей среды, хранения и продажи товаров, пожарной безопасности. На входных дверях должна быть вывеска с указанием его названия, принадлежности, режима работы. Внутри магазина на видном месте располагают извлечения из Правил торговли и других нормативных документов.

Доступ покупателей в магазин может быть прекращен только с наступлением перерыва или по окончании работы. Все покупатели, имеющие на руках чеки, должны быть обслужены. В магазинах самообслуживания должны быть обслужены все покупатели, находящиеся в торговом зале.

О закрытии магазина на ремонт или переоборудование покупатели извещаются заблаговременно с указанием адреса ближайшего магазина того же профиля.

В витринах магазина выставляются образцы только тех товаров, которые имеются в продаже. По требованию покупателя они должны быть ему проданы после проверки качества. Продаже не подлежат образцы, являющиеся рекламным инвентарем.

Запрещается хранить в магазине не оформленные надлежащим образом товары, а также товары, не принадлежащие ему. Принятые товары направляются в продажу не позднее двух дней с момента поступления для продовольственных товаров, трех дней — непродовольственных, одного дня — для плодоовощных товаров.

Не допускаются к продаже товары без сертификата соответствия, если они подлежат сертификации.

Перед открытием магазина должна быть выполнена работа по подготовке товара к продаже. На все реализуемые товары должны быть документы

с указанием реквизитов поставщика, наименования товара, количества, цены, общей суммы, даты поступления в продажу.

Торговое предприятие несет ответственность за ненадлежащее качество товара. Не допускается продажа товаров, запрещенных к свободной реализации.

В магазинах самообслуживания отбор товаров покупатели производят в инвентарную тару: корзины, тележки, лотки.

Алкогольные напитки, табачные изделия запрещается продавать лицам в возрасте до 21 года, а детям до 15 лет запрещается продавать спички, зажигалки, горючие жидкости и ядохимикаты.

При оплате товара покупателю выдается кассовый чек. Если товар сопровождается паспортом, в нем должна быть сделана отметка о дате продажи.

Выбранные покупателем непродовольственные товары могут храниться в магазине 2 ч с отметкой времени оплаты на выписанном чеке. Купленные крупногабаритные товары могут храниться в магазине не более 1 сут. Срок хранения может быть продлен за определенную плату.

При расчете с покупателем **кассир обязан** четко назвать сумму, причитающуюся с покупателя, полученную от покупателя, положить эти деньги на видное место, получить кассовый чек, назвать сумму сдачи и вручить покупателю мелочь, купюры и чек одновременно. После этого деньги покупателя кассир помещает в денежный ящик. Чек гасят путем надрыва.

Работник торговли должен быть корректным, этичным и вежливым.

Продавец или контролер-кассир не имеет права продавать недоброкачественные товары, нарушать установленную форму одежды, режим работы, принимать пищу во время работы, читать, курить, вести частные разговоры, покидать рабочее место, не закончив обслуживание покупателей.

Профессиональное поведение торгового работника предусматривает приветливость, вежливость, тактичность, радушие, предупредительность. Необходимо доброжелательно и внимательно относиться к претензиям покупателей и выработать профессиональное умение оценивать ситуацию с учетом интересов покупателя. Важную роль в организации процесса продажи играет внешний вид продавца: аккуратная прическа, опрятная форма, умеренная косметика, минимальное количество ювелирных украшений и т. д.

Многие магазины оказывают дополнительные услуги покупателям: раскрой тканей; переделку и подгонку одежды по фигуре покупателей; установку на дому технически сложных товаров; растяжку обуви и головных уборов; выполнение гравюрных работ; организацию досуга детей покупателей в детских комнатах; организацию в магазинах кафетериев; оборудование вблизи магазинов автостоянок.

Работники торговли обязаны давать покупателям информацию о дополнительных услугах магазина.

Основные права и обязанности как организаций, продающих товары и оказывающих услуги, так и потребителей закреплены в Федеральном законе «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 21.12.2004 г. № 171-ФЗ). В соответствии с данным законом потребитель в магазине имеет

право: ознакомиться с правилами защиты прав потребителей; проверить качество и безопасность товара; получить информацию об изготовителе товара, режиме работы продавца.

Потребитель имеет право на полную и достоверную информацию. Убытки, причиненные потребителю в результате недостоверной информации, подлежат возмещению в полном объеме.

Потребитель имеет право на приобретение товаров надлежащего качества. Вместе с проданным товаром потребитель получает кассовый чек, а иногда и товарный. Потребитель имеет право беспрепятственного обмена доброкачественного товара, не подошедшего ему по размеру, цвету, фасону, в течение 14 дней со дня покупки.

На товары длительного пользования изготовитель устанавливает срок службы, в течение которого он несет ответственность за качество товаров.

На ряд товаров (продукты питания, медикаменты, парфюмерно-косметические) устанавливается срок годности, по истечении которого товар непригоден к использованию. Продажа товаров с истекшим сроком годности запрещена.

При выявлении недостатков в товаре потребитель имеет право потребовать:

- безвозмездного устранения недостатков или возмещения расходов на их устранение;
- соразмерного уменьшения покупной цены;
- замены на товар аналогичной марки, модели;
- замены на аналогичный товар другой марки, модели с перерасчетом цены;
- расторжения договора купли-продажи.

Закон предусматривает ответственность продавца (изготовителя) за нарушение прав потребителей, ответственность за вред, причиненный вследствие выявленных в товаре недостатков, а также за компенсацию морального вреда, размер которого определяет суд.

Возврат и обмен товара производится при наличии кассового и товарного чеков, подписанных администратором. Обмену и возврату не подлежат товары, указанные в перечне товаров, предусмотренных Федеральным законом «О защите прав потребителей».

1.7

Материальная ответственность в торговле

Большинство торговых работников имеют дело с материальными ценностями. Для обеспечения сохранности товарно-материальных ценностей в магазинах введена материальная ответственность работников. Суть ее заключается в том, что каждый работник магазина заключает с администрацией до-

говор о материальной ответственности, в котором обязуется бережно относиться к товарно-материальным ценностям и возмещать ущерб в случае недостачи товаров или порчи, произошедшей по его вине. Администрация обязуется обеспечить нормальные условия труда для работников, способствующие сохранности товарно-материальных ценностей. Существует два вида материальной ответственности: полная и ограниченная. **Полную ответственность** несут продавцы, контролеры-кассиры, заведующие, которые при недостаче товара возмещают ее в полном размере. **Ограниченная ответственность** возлагается на руководителей предприятия, администраторов, которые не имеют тесного контакта с товаром и при возникновении недостачи возмещают ее в пределах должностного оклада в соответствии с законом.

Полная материальная ответственность применяется в двух формах:

1. Индивидуальная (ее несут продавцы, кассиры, если работают поодиночке).
2. Бригадная (коллективная) предусматривает возложение материальной ответственности на группу торговых работников, которые при возникновении недостачи товаров возмещают ее в равных долях в зависимости от оклада и фактически проработанного времени за межинвентаризационный период.